

MEDICAMENTOS

Levantamento aponta alta de 37,8% nas vendas do primeiro semestre em MG, em comparação com o mesmo período de 2011, alcançando 20,9% do mercado. Em SP, participação chega a 55,1%

Cresce fatia dos genéricos

GANHANDO ESPAÇO

Aumento do mercado de medicamentos genéricos no país

ESTADOS	PARTICIPAÇÃO NO 1º SEMESTRE	
	2011	2012
São Paulo	53,80%	55,10%
Rio de Janeiro	22,70%	24,70%
Minas Gerais	18,60%	20,90%
Rio Grande do Sul	14,60%	15,40%
Paraná	8,10%	8,30%
Bahia	7,80%	8,00%
Pernambuco	4,60%	5,90%
Goiás	4,20%	5,20%
Santa Catarina	5,20%	5,10%
Ceará	3,30%	4,10%
Espírito Santo	2,80%	3,20%
Pará	2,50%	2,80%
Distrito Federal	2,10%	2,40%
Paraíba	1,50%	2,00%
Rio Grande do Norte	1,30%	1,70%
Maranhão	1,30%	1,50%
Alagoas	1,10%	1,40%
Mato Grosso do Sul	1,10%	1,30%
Piauí	1,00%	1,20%
Amazonas	0,80%	0,90%
Mato Grosso	0,70%	0,90%
Sergipe	1,00%	0,90%
Rondônia	0,30%	0,30%
Tocantins	0,20%	0,30%
Amapá	0,10%	0,20%
Acre	0,10%	0,10%
Roraima	0,10%	0,10%

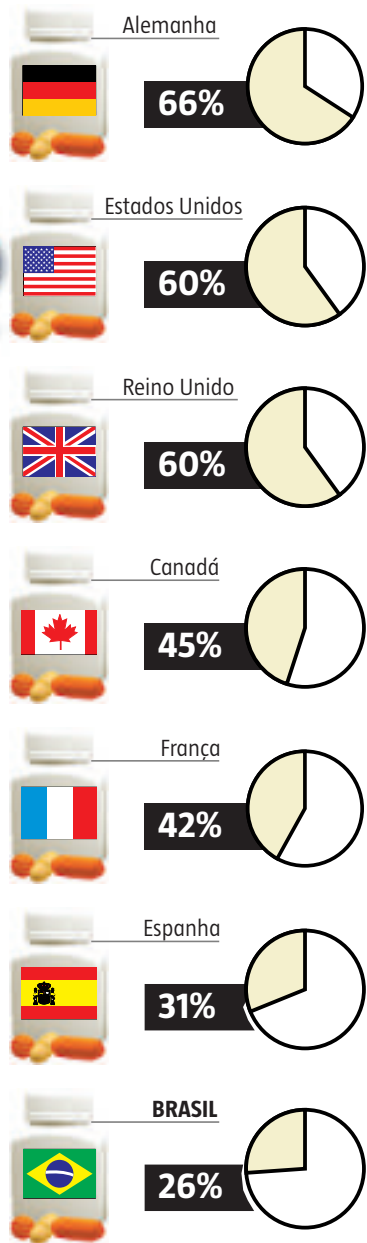
Fontes: PróGenéricos e IMS Health



O que são genéricos?

Os genéricos são cópias de medicamentos inovadores cujas patentes já expiraram. Sua produção obedece a rigorosos padrões de controle de qualidade. Por lei, só podem chegar ao consumidor depois de passarem por testes de bioequivalência realizados em seres humanos (o que garante que serão absorvidos na mesma concentração e velocidade que os medicamentos de referência) e equivalência farmacêutica (que garantem que a composição do produto é idêntica à do medicamento original). No Brasil, a Anvisa já tem registrados genéricos de 337 princípios ativos, totalizando mais de 15,4 mil apresentações e aproximadamente 100 classes terapêuticas.

Participação dos genéricos no mundo



LEANDRO COURI/EM/D.A PRESS

PAULO HENRIQUE LOBATO

Míriam Sandra Gontijo de Oliveira, de 45 anos, segue à risca a cartilha da boa consumidora, pesquisando preços mais baixos, desde que o produto seja de qualidade, e recomendando a familiares e amigos que façam o mesmo. Mensalmente, ela desembolsa R\$ 43 para comprar o remédio contra insônia do filho. O preço é alto, mas é metade do valor do medicamento original. “Viu só a diferença?”, questiona Míriam, que mora em Moema, no Centro-Oeste do estado. Assim como ela, milhares de outros mineiros e mineiras estão levando mais genéricos para casa. Levantamento da Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos, conhecida como PróGenéricos, mostra que a participação do número de remédios dessa categoria no mercado de medicamentos passou, em Minas, de 18,6% no primeiro semestre de 2011 para 20,9% em igual período de 2012.

A entidade propaganda a diferença média entre genéricos e originais é de 50%, o que justifica o aumento da participação do primeiro produto no mercado. O índice apurado em Minas no primeiro semestre de 2012 só fica abaixo do de São Paulo (55,1%) e do apurado no Rio de Janeiro (24,7%). No Brasil, o volume de vendas de genéricos no último semestre somou 321 milhões de unidades – crescimento de 21,7% em relação aos 264 milhões de medicamentos negociados em igual intervalo do ano passado.

No caso de Minas, o aumento foi de 37,8%, de 56,5 mil unidades para 77,9 mil. Já no confronto que leva em conta o faturamento, a comparação mostra uma cifra de R\$ 5,1 bilhões contra R\$ 3,8 bilhões em nível nacional – salto de 33,1%. Os dados estaduais não foram divulgados pela entidade.

De qualquer forma, especialistas avaliam que os genéricos têm um grande mercado em potencial. A expectativa é que, em nível nacional, o faturamento cresça 25% no acumulado de 2012, alcançando 30% de participação do mercado de medicamentos até dezembro próximo. Telma Salles, presidente da Pró-Genéricos, recorre à mesma justificativa de outros setores para fundamentar a previsão de bons ventos para o mercado de medicamentos similares: o salto do poder aquisitivo do brasileiro nos últimos

anos, com centenas de famílias das classes D e E migrando para a C.

“O aumento da renda da população e outros indicadores socioeconômicos importantes, como o do pleno emprego, permitem que o cidadão consiga comprar os medicamentos de que necessita”, afirma, acrescentando que os similares são o que os especialistas chamam de porta de entrada para o mercado farmacêutico. “Quem antes não podia comprar medicamento, começa pelos genéricos. Em dois anos comercializadas em versões genéricas, algumas substâncias chegam a triplicar o volume de vendas”, disse Selma, destacando que a euforia dos laboratórios fabricantes de genéricos será maior em 2017, quando muitos medicamentos, em razão da lei, terão as patentes quebradas.

CRESCIMENTO Na avaliação de Geraldo Monteiro, diretor executivo da Associação Brasileira dos Distribuidores de Laboratórios Nacionais (Abradilan), a participação dos genéricos nesse mercado pode atingir “de 35% a 40%”. “Só em 2012, para se ter ideia, serão quebradas as patentes de um medicamento para úlcera, outro para enxaqueca, um para combater a malária e até um usado contra a leucemia”, reforçou Monteiro. Especialistas avaliam que as patentes que serão derrubadas nos próximos cinco anos pode representar um mercado potencial de até US\$ 2,5 bilhões. “Nosso foco é a ampliação do acesso, especialmente nas regiões do país onde a participação da categoria é baixa”, ressalta Telma.

Geraldo, por sua vez, alerta para a importância de o consumidor sempre pedir ao médico que ofereça na receita a possibilidade dos genéricos e, ainda assim, recomenda ao paciente que pesquise o melhor preço entre as farmácias. “Os genéricos, quando registrados (nos órgãos competentes), precisam, pela lei, chegar ao mercado com preço pelo menos 35% inferior ao patenteado. Porém, quando ele vai para o mercado, devido à competição existente, é esse mercado que vai determinar o preço. Isto é, cabe ao consumidor – e o cliente deve fazer isso – pesquisar, pois pode conseguir percentuais bem mais vantajosos do que os 35%.”

Simone Martins, de 44, sabe bem disso. O domperidona que ela compra para o filho custa R\$ 7,90 em várias farmácias da capital. Já o original sai a R\$ 30. “A diferença é muito grande. A gente tem de ficar atenta quanto ao preço, que também varia de uma farmácia para outra.”



Míriam Sandra Gontijo de Oliveira economiza quase 50% ao escolher o genérico do medicamento do filho

Banco RURAL

Transformar o sertão de Pernambuco em uma área de desenvolvimento e empregos exigiu visão de futuro, coragem, treinamento e crédito.

No interior de Pernambuco, na região de Serra Talhada, o cenário antigo da seca foi transformado pelo sucesso de empresas atacadistas que atuam, especialmente, na comercialização de alimentos. Isso aconteceu porque empreendedores acreditaram no crescimento do consumo. Atacadistas e varejistas investiram em treinamento e tecnologia. Contaram sempre com o Banco Rural, que forneceu crédito para que o crescimento fosse sustentável e duradouro. O Banco Rural participa do desenvolvimento regional e tem a certeza de que o sertão tem solo fértil quando se tem coragem e crédito.

Banco Rural. Há 48 anos, o banco de crédito da pequena e média empresa.