

GAZETA MERCANTIL

Versão PDF | www.gazetamercantil.com.br

1ª Página

Sexta, 24 de Março de 2006

Genéricos conquistam também as classes A/B

Regiane de Oliveira

São Paulo, 24 de Março de 2006 - Criados no ano 2000 para ampliar o acesso da população de baixa renda a medicamentos, os genéricos têm hoje 30% de suas vendas destinadas às classes A/B, segundo a empresa de pesquisa Market Analysis. A classe média representa 36% do consumo e a D/E, 34%.

Segundo Paloma Zimmer, coordenadora da pesquisa, são os consumidores mais esclarecidos que têm acesso ao produto. A diretora-executiva da Pró Genéricos, Vera Valente, concorda. "O consumidor melhor informado sente-se seguro para pedir o genérico."

O sucesso na venda de genéricos não favoreceu as farmácias que apostaram exclusivamente na comercialização do medicamento e muitas acabaram fechando. "Foi uma onda marqueteira, porque eram poucas as farmácias que vendiam realmente 100% de genéricos", diz Vera.

Página C-3(Gazeta Mercantil/1ª Página - Pág. 1)

GAZETA MERCANTIL

Versão PDF | www.gazetamercantil.com.br

Administração & Serviços

Sexta, 24 de Março de 2006

Genéricos têm a aprovação do consumidor de classe alta

Regiane de Oliveira

São Paulo, 24 de Março de 2006 - Lançado para a população de baixa renda, 30% das vendas vão para as classes A/B. Os medicamentos genéricos deixaram de ter somente a preferência da classe baixa. Estudo realizado pela Market Analysis aponta que os consumidores das classes A e B estão substituindo os remédios de marca pelos genéricos.

De acordo com o estudo, entre os consumidores que utilizam genéricos 30% são de classe alta. A classe média representa 36% dos entrevistados e a D/E, 34%. O levantamento foi realizado com 800 adultos entre 18 e 69 anos, em oito capitais do País - São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife, Salvador, Curitiba, Porto Alegre e Brasília.

A venda de genéricos cresceu 16,6% no último ano, com faturamento de R\$ 529,6 milhões nas 26 farmácias e drogarias associadas à entidade, segundo a Abrafarma (Associação Brasileira de Farmácias).

Esses medicamentos já representam 11,34% da indústria farmacêutica nacional. No último ano, as vendas cresceram 23,2%, com a comercialização de 151,4 milhões de unidades. Isso representa um salto no faturamento de 56,5%, com um total de US\$ 692,5 milhões, segundo a Pró Genéricos (Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos).

Apesar de ter sido criado em 2000 com o intuito de ampliar o acesso das pessoas de baixa renda aos medicamentos, são os consumidores mais esclarecidos que têm acesso ao produto, afirma a coordenadora do estudo, Paloma Zimmer. A diretora-executiva da Pró Genéricos, Vera Valente, concorda. "O consumo de genérico está muito relacionado ao acesso à informação."

Segundo Vera, o consumidor melhor informado sente-se seguro para pedir o genérico. Por outro lado, "há uma grande parcela da população que não ainda é enganada com a troca ilegal da receita médica pelo medicamento similar no balcão da farmácia".

O levantamento mostra ainda que as pessoas que mais se interessam por esse tipo de medicamento são jovens de 18 a 30 anos - parcela que corresponde a 42% dos entrevistados. O consumo pelos maiores de 60 anos, em contrapartida, chega a apenas 6%.

A surpresa, no entanto, fica no levantamento junto à classe médica. Dos 55 profissionais entrevistados, 44% não acreditam que os medicamentos genéricos sejam tão confiáveis quanto os medicamentos de marca. Paloma Zimmer ressalta também que, entre os médicos que acreditam na eficiência do produto, 17% não prescrevem esse tipo de medicamento.

Vera Valente alerta que é necessário olhar com cuidado para este tipo de

GAZETA MERCANTIL

Versão PDF | www.gazetamercantil.com.br

Administração & Serviços

Sexta, 24 de Março de 2006

Genéricos têm a aprovação do consumidor de classe alta

Regiane de Oliveira

informação. "Hoje a média de prescrição de genéricos verificada nas auditorias médicas está em 13%", diz. Para ela, é importante considerar que ainda existe vários medicamentos sem a versão genérica. "Mas temos algumas categorias de medicamentos que a prescrição de genéricos é maior que a da marca."

O sucesso na venda de genéricos não favoreceu as farmácias que apostaram exclusivamente na comercialização do medicamento. Vera Valente explica que, logo que foi lançado, houve um boom de abertura de farmácias de genéricos. "Foi uma onda marqueteira, porque eram poucas as farmácias que vendiam realmente 100% de genéricos." Atualmente, esse comércio perdeu espaço para a expansão da venda nas drogarias.

Leia mais sobre o setor farmacêutico na C-2

(Gazeta Mercantil/Caderno C - Pág. 3)