PREÇOS BAIXOS ATRAEM CLIENTES

Mercado se consolida, e indústrias investem em lançamento de produtos e ampliação de instalações

Por Inaldo Cristoni

Quando um consumidor entra em uma farmácia para comprar um medicamento, a primeira pergunta que faz ao atendente é se existe genérico. Comportamento distinto dos primeiros tempos do surgimento dessa classe de remédios, quando as pessoas tinham de ser convencidas a comprá-los. Em quase 20 anos de existência no país, as vendas de genéricos representam 32,56% do mercado farmacêutico brasileiro.

Um dos motivos para a expansão é o preço, em média 60% mais baixo que dos produtos de referência; e outro, a credibilidade conquistada ante os usuários, que não têm mais dúvidas de sua eficácia. Telma Santos, presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos (PróGenéricos), define o momento atual do segmento como de consolidação.

Pelo menos uma centena de laboratórios que atuam no Brasil comercializam genéricos. Mas esse mercado é dominado por 30 empresas, das quais 17 são filiadas à PróGenéricos e respondem por quase 90% das operações na área. "Para alguns laboratórios, os genéricos representam de 30% a 40% do faturamento", diz Telma. Ela acrescenta que os genéricos também ampliaram a cobertura das classes terapêuticas. Os destinados a doenças prevalentes, como diabetes, hipertensão e controle do colesterol, estão no topo da lista dos mais consumidos. Mas proliferam remédios para outras patologias, como leucemia aguda, câncer de próstata metastático e outros tipos de tumor, osteoporose e transtorno de déficit de atenção.

Em 2017, a indústria farmacêutica lançou 14 novos genéricos e contabilizou 1,2 bilhão de unidades comercializadas, mais 11,78% ante 2016. As vendas de genéricos cresceram seis pontos percentuais acima do mercado farmacêutico total, segundo a PróGenéricos. O volume comercializado nos três primeiros meses de 2018 foi 6,79% superior ao de igual período do ano passado, totalizando 325,6 milhões de unidades. A continuar nesse ritmo, Telma diz que o Brasil vai atingir níveis próximos de mercados mais maduros, como dos Estados Unidos, que apresentam taxa de penetração de 80%, e países da Europa de 70%.

Os laboratórios não têm medido esforços para ganhar espaço nesse mercado. A Eurofarma pretende se consolidar como a segunda do ranking das farmacêuticas com maior faturamento em genéricos, posição que conquistou no fim de 2017, quando atingiu a fatia de 11,5% do mercado. No critério vendas de unidades, a empresa está posicionada na quinta colocação, diz Donino Scherer Neto, diretor da unidade de genéricos.

Para atingir a meta, pretende lançar 11 novos produtos no decorrer deste ano. Dois deles estão disponíveis nas redes de farmácia, um para tratamento de osteoporose e outro para irritações de pele, como assaduras. Segundo Scherer, os produtos desenvolvidos cobrem uma ampla variedade de classes terapêuticas. "Somos fortes em psicotrópicos, temos uma boa atuação em anti-hipertensivos e lideramos no mercado de disfunção erétil." Além de ampliar o portfólio, a empresa pretende ganhar mais espaço em outras especialidades, como a cardiologia.

A unidade de genéricos representa 16% da operação da Eurofarma considerando o critério faturamento – o carro-chefe é a linha de prescrição médica, que responde por 52% dos negócios. Com fábrica em Itapevi (SP), a farmacêutica investiu R$ 180 milhões em 2017 em pesquisa e desenvolvimento (P&D), dos quais parte foi destinada à unidade de genéricos. Para este ano, a previsão é aplicar 8% da receita líquida em P&D, aumentando essa taxa para 12% a 15% no período de cinco anos.

Para manter a liderança do mercado de genéricos, a EMS também vai ampliar o portfólio de produtos. Em 2017, foram anunciadas quatro novas moléculas e nove apresentações. Como exemplo, Aramis Domont, diretor da unidade de genéricos, cita um medicamento destinado ao tratamento de asma que já vendeu mais de R$ 1,7 milhão entre janeiro e maio deste ano. Em 2018, estão previstos dez lançamentos, dos quais três serão de genéricos inéditos, que vão representar 2% no faturamento.

DIVULGAÇÃO

Prati-Donaduzzi tem planos para dobrar de tamanho até 2023

DIVULGAÇÃO

Scherer, da Eurofarma: 8% da receita líquida em pesquisa

Detentora da fatia de 17% do mercado de genéricos, a EMS investiu nos últimos cinco anos R$ 800 milhões em P&D de novos produtos. Parte desse montante foi aplicada na expansão e modernização do parque fabril, que opera com pouco mais da metade da capacidade instalada, ampliada para 1 bilhão de caixas por ano. "Estamos preparados para atender ao crescimento da demanda", afirma Scherer.

A unidade de genéricos, que representa 36% do faturamento da EMS, cresceu 12% em 2017, somou receita de R$ 4,4 bilhões e comercializou 203 milhões de unidades. A expectativa é terminar este ano com aumento de 20% nos negócios, atingindo vendas de 240 milhões de unidades. O portfólio de mais de 200 moléculas registradas na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) cobre 96% das classes terapêuticas.

A Prati-Donaduzzi é outra farmacêutica que lançará novos produtos para aumentar a participação no mercado de genéricos, que gira em torno de 25%. Até 2019, serão lançados cerca de 30 medicamentos para diversas aplicações: as novidades contemplarão desde analgésicos até produtos para cardiologia e psicotrópicos. O plano é fazer com que o canal varejo e as licitações públicas continuem respondendo, cada uma, por metade do faturamento. "O governo é um grande consumidor de genéricos", diz Eder Mafissoni, presidente da companhia.

Com faturamento líquido de R$ 1 bilhão registrado em 2017, a Prati-Donaduzzi contabiliza 140 produtos registrados na Anvisa e se destaca no mercado de genéricos com a linha de analgésicos, produtos para diabetes e controle da pressão arterial. Segundo Mafissoni, a meta é crescer 15% ao ano e dobrar o tamanho da operação até 2023. A fábrica, localizada em Toledo (PR), está preparada para suportar a expansão, porque foi inaugurada uma unidade que ampliou em 50% a capacidade instalada no ano passado.

Na Novartis, a expectativa é de quase dobrar a participação no faturamento da unidade de genéricos e de biossimilares Sandoz. A taxa passará de 25% para 40% no período de três anos, com o lançamento de 45 medicamentos genéricos até 2020, especialmente para cardiologia, sistema nervoso central, gastroenterologia e antibióticos, e com a transferência para a Sandoz dos produtos de marca da divisão farma, cujas patentes estão próximas de expirar.

O objetivo da transferência é fortalecer a fábrica de Cambé (PR), que bateu recorde de produção de genéricos. Pela primeira vez, atingiu a marca de 217 milhões de comprimidos embalados em um único mês. Em volume acumulado, a produção cresceu 10% de janeiro a abril deste ano ante o mesmo período de 2017. A maior parte desse volume atende à demanda doméstica, mas a empresa exporta 5% da produção para a América Latina e alguns países da Europa. Os produtos de marcas vão agregar valor ao portfólio de genéricos, diz João Sanches, diretor corporativo do grupo Novartis. "Queremos estar entre os cinco maiores laboratórios do setor de genéricos."

A Meddley, que investe R$ 25 milhões por ano em desenvolvimento de produtos, prepara o lançamento de oito medicamentos para o sistema nervoso central, cardiologia, inflamação e infecção (antibióticos) cujas patentes estão para vencer. Dessa forma, pretende figurar entre os três principais laboratórios de genéricos do Brasil em unidades comercializadas, afirma Márcio Aguiar, diretor da empresa. Em 2017, foram comercializados 135 milhões de caixas de remédio, e a meta é atingir a marca de 150 milhões em 2018.

Os genéricos representam 70% da operação da empresa, que obteve receita líquida de R$ 838,5 milhões em 2017. A fábrica da Meddley em Campinas (SP) concentra em torno de 90% da produção, que inclui similares – linha que representa 30% da receita. O restante do portfólio é produzido na fábrica da francesa Sanofi, localizada em Suzano (SP), que comprou o laboratório brasileiro há quase dez anos.

Com produtos para tramento de doenças crônicas, a Merck também aposta na ampliação do portfólio como forma de expandir a participação na área de genéricos – atualmente, ocupa a décima colocação no ranking nacional. Nos últimos seis meses, apresentou cinco novos produtos e planeja lançar mais uma dezena de medicamentos até 2020. "Temos oportunidade de estar entre os seis ou sete laboratórios do mercado", afirma Eduardo Lima, diretor da área de genéricos da empresa. A área de genéricos é relevante para a Merck no Brasil: representa 17% da unidade de Biopharma, da qual faz parte, e deve crescer 28% em 2018.

ACORDOS PARA GERAR INOVAÇÃO

Hospitais, indústrias farmacêuticas e laboratórios investem na aproximação com empresas novatas

Por Danylo Martins

Assim como o setor financeiro criou iniciativas para fomentar o ecossistema de startups, empresas da área da saúde, entre hospitais, farmacêuticas e laboratórios, têm se aproximado nos últimos anos da nova safra de empreendedores. A explicação é simples: inovação não pode ficar restrita ao ambiente interno das empresas. Assim, gigantes do setor estruturam programas de aceleração e incubação com foco em empresas novatas.

Em novembro de 2017, o Hospital Albert Einstein inaugurou a incubadora de startups eretz.bio, localizada na Vila Mariana, na cidade de São Paulo. Ao todo, 24 startups são suas parceiras. Dessas, dez estão incubadas no espaço físico criado pelo Einstein e sete atuam a distância. O hospital tem ainda investido em algumas novatas, e fez aportes em 12, com valores que vão de R$ 200 mil a R$ 500 mil. "Investimos em empresas que estão em early-stage, estágio em que ainda não há recursos de fundos de venture capital", diz Cláudio Terra, diretor-executivo de inovação e gestão do conhecimento do Einstein. Além do espaço, as startups incubadas têm acesso a laboratórios médicos para pesquisas e contam com um programa de mentoria formado por profissionais da saúde e pessoas de outras áreas, como gestão e marketing.

HOLLYWERYOSHIDA / DIVULGAÇÃO

Camila, da Bayer: é preciso abrir as portas

No hospital desde 2014, Terra une experiências tanto do universo corporativo quanto do empreendedorismo. Após trabalhar em empresas como a consultoria McKinsey, ele montou seu negócio de tecnologia da informação, a Terra Forum, vendida em 2012 para a argentina Globant. Há quatro anos, Terra lidera a área de inovação do Einstein. Segundo ele, não há um dia sequer em que a empresa não receba empreendedores para se apresentar ou buscar apoio. O banco de dados do Einstein possui, atualmente, mais de 1,2 mil startups.

Na visão de Camila Navarro, gerente de inovação da Bayer, a colaboração é fundamental para acelerar o processo de inovação. "Não dá para buscar inovação só dentro de casa, é preciso abrir as portas." Essa

atuação conjunta ajuda a desenvolver soluções centradas no paciente. Isso porque a inovação na indústria farmacêutica não pode resumir-se a pesquisa de novos medicamentos. "As pessoas vêm mudando bastante os hábitos e buscam cada vez mais a prevenção de doenças."

O programa global Bayer Grants4Apps chegou à sexta edição neste ano. As startups selecionadas recebem 50 mil euros, mentoria de executivos da empresa e ficam alocadas durante seis dias nos escritórios em Berlim, na Alemanha. A cada edição, de quatro a seis empresas participam do programa, que neste ano busca inovações que possam contribuir com as seguintes áreas: saúde da mulher, cardiologia, terapia digital, inteligência artificial para pesquisa e desenvolvimento, soluções virtuais para testes clínicos e aplicação da tecnologia blockchain na saúde.

Segundo Camila, há um número crescente de startups na área, com avanço tecnológico em áreas como genética e aplicações de inteligência artificial, que auxiliam no diagnóstico, além de soluções de monitoramento remoto e contínuo de pacientes. Para ela, existe uma troca entre grandes empresas e startups. "Aprendemos com elas sobre agilidade, validação e mudança de rotas, e as startups têm oportunidade de aprender com grandes corporações sobre questões regulatórias, como acessar o mercado e escalar o negócio."

Em novembro de 2017, a Eurofarma lançou o programa de aceleração de startups Synapsis, em parceria com a Endeavor. Mais de 300 projetos foram inscritos. Em março, a empresa anunciou a seleção de 12 delas, que terão aproximação com diferentes áreas da empresa, além de acesso a uma rede de mentores da Endeavor. "O programa é um embrião de uma estratégia de longo prazo. No primeiro momento, a ideia é que as startups se tornem fornecedores da empresa", diz Maria Del Pilar Muñoz, vice-presidente de sustentabilidade e novos negócios da Eurofarma. A próxima etapa é criar um fundo de corporate venture para investimento em startups, com previsão de lançamento em 2019.

SILVIA COSTANTI | VALOR

Lídia, do Sabin: muitas vezes falta gestão

Com um núcleo de inovação desde 2009, que evoluiu para um comitê quatro anos depois, o Sabin Medicina Diagnóstica está de olho nas startups. Em parceria com o Centro Universitário de Brasília (UniCEUB) e a Casulo, incubadora da instituição de ensino, o Sabin desenvolveu em 2017 o programa de aceleração de startups Inova Sabin Healthcare. Das mais de 50 inscritas, foram selecionadas oito, sendo que uma decidiu não continuar. "Acompanhamos de perto as sete, fizemos mentoria, ajudamos a estudar o mercado. Muitas vezes, os empreendedores têm ideias geniais, mas lhes falta conhecimento de gestão", afirma Lídia Abdalla, presidente-executiva do Sabin.

Neste ano, o Sabin anunciou investimento (valor não revelado) na startup PickCells, do Recife (PE), cuja plataforma baseada em visão computacional permite o diagnóstico automatizado de doenças infecciosas. "Estamos vivendo um momento de transformação, com tecnologias que ajudam a dar assistência focada na prevenção, e não apenas na doença", diz Lídia.

Em 2017, a Unimed Porto Alegre lançou o programa de aceleração Bem-Startup Unimed, em parceria com a aceleradora Grow+, com seleção de até 20 startups ao longo de três ciclos. No primeiro, realizado no ano passado, 128 se inscreveram, com três vencedoras: Fila Zero, Healthbit e Predict Vision. "Geralmente são empresas com soluções para resolverem grandes problemas na saúde, com uma orientação maior para melhoria de processos internos", diz Julio Cesar Wilasco, superintendente de marketing e vendas da cooperativa.

Em cada ciclo, as startups escolhidas recebem aportes de até R$ 100 mil cada uma, dos quais R$ 50 mil representam investimento direto da Unimed Porto Alegre e a outra metade de investimento estratégico "smart-money" da Grow+, que envolve mentoria, consultoria e possibilidade de levar a solução para o ecossistema da cooperativa.