

La Direcció General de Comerç del Departament de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya no subscriu necessàriament les opinions expressades per l'autor/a d'aquest estudi.

ESTUDI DEL MERCAT FARMACÈUTIC AL BRASIL

Gerard Muñoz Arcos, Brasil 2003-2004

ÍNDEX

1. Resum executiu.....	4
2. El mercat.....	7
2.1. Característiques del mercat	7
2.1.1. Anàlisi de la demanda	7
2.1.2. Perspectives de l'evolució de la demanda	10
2.2. Anàlisi de l'oferta.....	11
2.2.1. La producció interna. La importació i l'exportació de fàrmacs.....	11
2.2.2. L'evolució de l'oferta de medicaments genèrics i les necessitats en aquest subsector.....	13
2.2.3. Perspectives de l'oferta	
3. Anàlisi competitiva.....	17
3.1. La producció estatal.....	17
3.2. Altres competidors.....	17
4. Anàlisi de l'usuari final.....	19
4.1. Hàbits de consum.....	19

4.2. El creixement del mercat de les píndoles anticonceptives i els medicaments per al control del colesterol.....	22
5. L'accés al mercat.....	24
5.1. La importació.....	24
5.2. El registre del producte.....	25
5.2.1. Documents necessaris dels distribuïdors locals per registrar productes, importar i vendre.....	25
5.2.2. Tipus de registre de productes.....	27
5.2.3. Documentació necessària per al registre.....	27
6. La distribució	29
6.1. Característiques del canal de comercialització.....	30
6.2. La publicitat.....	35
7. Conclusions.....	35
8. Contactes.....	39
8.1. Premsa del sector.....	39
8.2. Fires.....	40
8.3. Bufets d'advocats especialitzats en el registre de productes al Ministeri de Sanitat.....	41

8.4. Importadors de productes farmacèutics.....	41
8.5. Associacions d'industrials.....	46
8.6. Altres informacions d'interès.....	52
9. Annexos. Llistes d'empreses associades	
9.1. Associades a ABRAFARMA (majoristes de la indústria farmacèutica)	
9.2. Associades a ALANAC (laboratoris farmacèutics nacionals)	
9.3. Associades a INTERFARMA (associació independent d'empreses farmacèutiques de recerca)	
9.4. Associades a Pró-Genéricos	

1. Resum executiu

Durant l'any 2003 el mercat farmacèutic del Brasil va generar 5.565 milions de US\$ per comparació als 5.200 milions de l'any 2002. Fonts d'aquest sector estimen que el 2004 les vendes arribaran al nivell del 2003 i probablement les superaran.

Encara que cada any entren al mercat nous consumidors de medicaments, el consum de productes farmacèutics en unitats va disminuir del 8 % respecte a l'any anterior. Malgrat la caiguda de les vendes, les importacions augmenten, perquè molts productes estrangers tenen una gran acceptació al mercat brasiler. Segons la Federació Brasileira de la Indústria Farmacèutica (Febrafarma), el total d'importacions brasileres de productes farmacèutics va ser, el 2003, de 1.512 milions de US\$.

El 2003 el PIB brasiler va arribar a gairebé 513.070 milions de US\$. El Brasil és el país més gran, més poblat i més industrialitzat de l'Amèrica Llatina, és la catorzena economia més important del món i constitueix el 67 % del mercat de la zona del MERCOSUR, com indica el quadre següent:

Argentina 30 %

Brasil 67 %

Paraguai 1 %

Uruguai 3 %

El valor del mercat brasiler és gairebé dues vegades el de l'Argentina, que és el segon mercat de l'Amèrica Llatina. Pel que fa a una qüestió més concreta, aquesta regió constitueix el mercat farmacèutic que creix més ràpidament arreu del món.

Dels 4 membres del MERCOSUR, el Brasil és el país preferit per invertir en aquest sector. És el sisè mercat més gran del món per a productes farmacèutics i genera el 3 % del total de vendes mundials.

Mercat farmacèutic

10 primers mercats del món

Estats Units

Japó

Alemanya

França

Itàlia

Regne Unit

Brasil

Espanya

Xina

Canadà

Les taxes que s'apliquen en les medicines al Brasil són de les més altes del món. El Govern recapta una gran quantitat de diners amb les taxes del sector farmacèutic. El sistema impositiu en cascada que s'aplica al Brasil per a béns manufacturats afecta moltes indústries; ara com ara és un dels assumptes més importants que l'empresa privada tracta amb el Govern. El procés per reduir aquestes taxes en els productes farmacèutics és una mica lent i burocràtic.

El mercat brasiler és compost, bàsicament, per medicaments genèrics i productes de marca. El mercat de medicaments genèrics va créixer d'una manera molt ràpida després d'haver-se aprovat, el 1999, una llei nova sobre els medicaments genèrics; a més, el fet de prohibir la venda de medicaments als supermercats ha contribuït a una distribució millor i més clara dels productes. Actualment, el mercat de medicaments genèrics, medicaments i precursors és el que pot generar més interès a l'hora d'elaborar una estratègia d'exportació de productes farmacèutics al Brasil.

Al Brasil, les companyies d'assegurances no reemborsen als pacients els diners que s'han gastat per unes medicines comprades fora dels hospitals. Com a la majoria de països de l'Amèrica Llatina, el 80 % de les despeses en medicaments és pagat per mitjans privats. La mitjana de consum per *capita* de productes farmacèutics al Brasil és de 61 US\$ anuals, d'acord amb les dades de l'Organització Panamericana de Salut (PAHO). De totes maneres, aquestes dades no reflecteixen el comportament de la població ni descriuen com adquireix el consumidor productes farmacèutics.

Sense cap mena de dubte, un dels problemes més greus del sector farmacèutic al Brasil és la manca d'accés de la població a les medicines més essencials. Segons les diferents fonts, es calcula que del 40 % al 50 % de la població no té accés o té un accés limitat als productes farmacèutics.

Una altra característica diferenciadora del mercat farmacèutic al Brasil és la concentració de la venda de productes als estats rics. Les grans diferències socials fan que la majoria de la població formi el grup de renda més pobre del país; aquest grup només engloba el 16 % del mercat de medicaments.

Fins l'any 1992, el Brasil tenia un sistema de control de preus sobre els medicaments. Això implicava que els preus només podien augmentar al mateix ritme que la inflació. Avui en dia, l'Organització Mundial de la Salut considera que el règim de preus dels productes farmacèutics del Brasil és una «llibertat vigilada», atès que els preus estan controlats per mitjà d'acords entre el Govern i la indústria farmacèutica. Una estratègia que el Govern va adoptar l'any 1999 per generar més competència en els preus va ser la creació d'una indústria de medicaments genèrics (vegeu l'apartat que en tracta).

D'acord amb la legislació brasilera, la producció, la manufactura, la importació, l'exportació i la venda de qualsevol producte sanitari, farmacèutic o cosmètic són una responsabilitat exclusiva de les empreses autoritzades, que són les que estan

registrades en l'Agència Nacional de Vigilància Sanitària (vegeu la secció sobre l'accés al mercat).

El mercat brasiler és format, a grans trets, per:

Laboratoris 500

Farmàcies 50.000

Hospitals 5.000

Agents-distribuï dors 1.000

Metges 150.000

Productes 5.500

Ocupació directa generada pel sector: 480.000

Ocupació indirecta generada pel sector: 250.000

Font: IBGE, ABRAFARMA.

2. El mercat

2.1. Característiques del mercat

2.1.1. Anàlisi de la demanda

Producte analitzat: El producte analitzat en el present estudi és en el codi NC TARIC 30.

En concret, tractarem dels productes del codi NC TARIC 30, que es defineixen com a «medicaments constituïts per productes barrejats entre si o sense barrejar, preparats per a usos terapèutics o profilàctics, dosificats, incloent-hi els administrats per via dèrmica o condicionats per a la venda al detall».

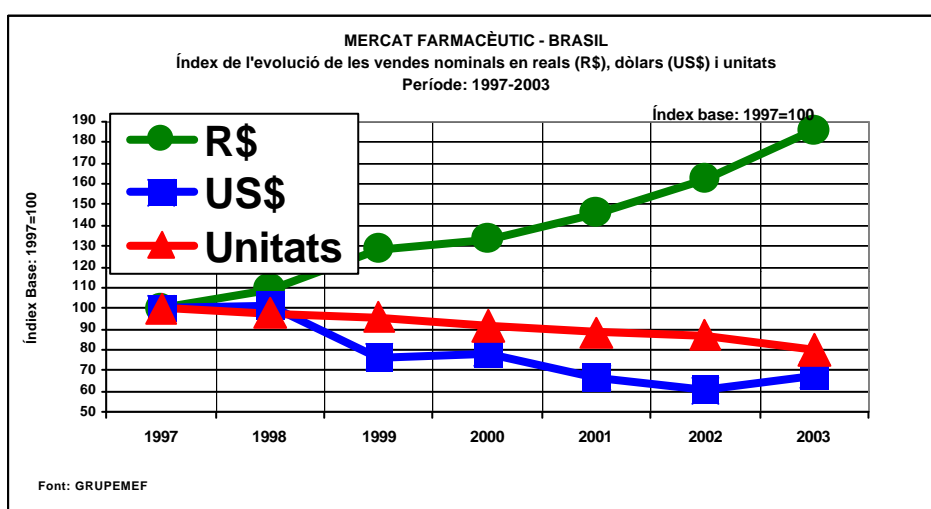
Si considerem la demanda total com el valor en vendes dels productes farmacèutics (NC TARIC 30), l'evolució en el sector al Brasil va ser la que es presenta en el quadre següent:

Estudi del mercat farmacèutic al Brasil-2004

Any	Vendes en milers de R\$	Variació respecte a l'any anterior (%)	Índex base: 1997 = 100	Vendes en milers de \$	Variació respecte a l'any anterior (%)	Índex base: 1997 = 100	Vendes en 1.000 unitats	Variació (%)	Índex base: 1997 = 100
1997	9.210.340	-	100	8.537.436	-	100	1.854.094	-	100
1998	10.064.780	9,3 %	109,3	8.660.434	1,4 %	101,4	1.814.337	-2,1 %	97,9
1999	11.847.533	17,7 %	128,6	6.537.763	-24,5 %	76,6	1.778.800	-2,0 %	95,9
2000	12.281.749	3,7 %	133,3	6.705.678	2,6 %	78,5	1.697.822	-4,6 %	91,6
2001	13.427.727	9,3 %	145,8	5.685.430	-15,2 %	66,6	1.640.251	-3,4 %	88,5
2002	14.944.280	11,3 %	162,3	5.200.494	-8,5 %	60,9	1.614.825	-1,6 %	87,1
2003	16.906.014	13,13 %	183,6	5.565.566	7,02 %	65,2	1.497.883	-7,24 %	80,8

Font: GRUPEMEF.

Això es pot veure més clarament en aquest gràfic:



Com es veu en el gràfic, els valors no són gaire comparables. Això és així pels efectes constants de la devaluació de la moneda.

Si es pren com a referència bona per a l'increment de la demanda interna el valor en reals, sembla que aquesta puja d'una manera espectacular. Aquesta dada es considera la més rellevant per al mesurament de la demanda interna sempre que es compari amb l'increment de la inflació dels productes farmacèutics.

Si el que es pren com a referència és el nombre d'unitats, hi ha un lleuger descens de la demanda, encara que això sigui degut a un canvi en el tipus de distribució. No obstant això, no es tenen dades que avalin això ni l'afirmació contrària, de manera que cal prendre aquesta dada amb cautela.

El valor en dòlars no es considera una referència de la demanda interna perquè està molt afectat per la depreciació del real, per la qual cosa és possible que no reflecteixi amb exactitud el que realment demana el país.

Com hem indicat abans, cal comprovar si els preus dels productes farmacèutics van pujar a un ritme inferior al de la pujada en valor (en R\$), perquè si no fos així, el que més afectaria l'increment de valor no seria la demanda en si, sinó l'augment de preus.

En el quadre següent s'explica d'una manera senzilla com és la relació que s'estableix entre aspecte i l'altre i es veu la variació de la demanda.

Any	Variació INPCA percentual acumulada cada any (%)	Variació de la demanda respecte a l'any anterior (%)	Diferència
1997	11,54 %	-	-
1998	12,46 %	9,3 %	-3,16 %
1999	16,36 %	17,7 %	1,34 %
2000	0,97 %	3,7 %	2,73 %
2001	1,69 %	9,3 %	7,61 %
2002	10,89 %	11,3 %	0,41 %

2003	16,72 %	8,9 %	-7,82 %
------	---------	-------	---------

Comparant l'augment dels preus dels productes farmacèutics amb el valor de vendes en R\$, es veu que des de 1999 fins l'any 2002 l'increment del valor d'aquests productes sempre va ser superior al de l'increment de preus i, de vegades (anys 2001 i 2002), aquesta diferència va ser espectacular (el 9,3 % per comparació del 0,97 % i l'11,3 % respecte de l'1,69 %, respectivament).

Això fa dels productes farmacèutics un bé de consum amb una alta demanda al Brasil, encara que l'any 2003, a conseqüència de la crisi global del país, aquesta demanda sembla que es va estancar bastant si tenim en compte la inflació.

2.1.2. Perspectives de l'evolució de la demanda

Segons les dades anteriors, durant els últims anys la demanda de productes farmacèutics s'ha incrementat –aquesta afirmació s'ha de prendre amb cautela tenint en compte el que hem assenyalat als apartats anteriors–. El problema al Brasil està en el fet que la debilitat de la moneda va provocar que les vendes en dòlars caiguessin, és a dir, el poder d'adquisició mundial del país va minvar (per a una anàlisi millor d'aquest fenomen amb referència, sobretot, a les importacions, vegeu l'apartat sobre les perspectives de l'oferta). No obstant això, l'any 2003 sembla que aquesta demanda va disminuir molt a conseqüència de la recessió actual que es va instal·lar al país. Tenint en compte les perspectives de creixement global que s'esperen per als pròxims anys al Brasil, es considera aquest fenomen com a conjuntural.

D'altra banda, hi ha dos aspectes més que s'han de tenir en compte a l'hora d'analitzar la futura demanda, els quals són la dinàmica de la població i l'estructura social del país. El creixement de la població fa preveure que no hi haurà estancament ni a curt i ni a mitjà termini. A més, els últims anys s'ha incrementat progressivament l'esperança de vida (de 62,7 anys el 1980 a 71 anys el 2004), de manera que, tenint en compte que l'edat influeix decisivament en el consum dels productes farmacèutics, aquest és un factor, certament, positiu.

Amb relació a l'estructura social, cal dir que fins ara els medicaments han estat un bé molt dependent de la renda. Atesa l'actual situació política del país, s'espera que l'accés als medicaments es generalitzi; de fet, les polítiques del govern actual van en aquest sentit. Molt relacionada amb això hi ha la qüestió de la demanda de medicaments genèrics, que cada vegada és més important. Sobre la base del sector de la societat cap al qual estan dirigits, les rendes més baixes seran, probablement, el segment de la població en què creixerà més el consum de medicaments genèrics, que superarà el 16 % actual.

2.2. Anàlisi de l'oferta

2.2.1. La producció interna. La importació i l'exportació de fàrmacs

No es van trobar dades directes de producció, però sí que se'n van trobar del comerç del Brasil en fàrmacs des de l'any 1997, a partir dels quals es va intentar determinar la producció interna.

Les importacions i exportacions del Brasil en el sector dels productes farmacèutics són les següents:

Any	Exportacions (US\$ FOB)	Variació percentual	Índex base: 1997 = 100	Importacions (US\$ FOB)	Variació percentual	Índex base: 1997 = 100
1997	154.306.311	-	100	1.013.759.105	-	100
1998	195.127.915	26,45 %	126,5	1.213.273.638	19,68 %	119,7
1999	231.557.980	18,67 %	150,1	1.512.084.532	24,63 %	149,2
2000	218.691.166	-5,56 %	141,7	1.421.181.317	-6,01 %	140,2
2001	241.703.196	10,52 %	156,6	1.522.062.679	7,10 %	150,1
2002	253.534.538	4,89 %	164,3	1.527.818.451	0,38 %	150,7
2003	279.916.767	15,81 %	181,4	1.512.241.992	-0,65 %	149,2
2004(*)	51.831.742	28,21 %(**)	-	198.207.261	-4,42(**)	-

(*) Període: gener-febren del 2004

(**) Variació percentual en relació amb el mateix període de l'any anterior

Les importacions en el sector farmacèutic han augmentat molt més que no ha crescut la resta de l'economia brasilera –de fet, les importacions del Brasil no han fet res més que disminuir–, encara que el sector d'importacions del capítol 30 ha perdut, aquests anys, una mica de pes si el comparem amb la resta de sectors. El que sí que apareix clar en aquest quadre és el fet que les importacions del sector farmacèutic resisteixen bastant bé els problemes dels últims anys per comparació a la resta d'importacions del país.

Les exportacions brasileres de productes farmacèutics han augmentat moltíssim els últims anys. Crida l'atenció la pujada que hi va haver els anys 1997 i 1998 en relació, sobretot, amb la baixada esdevinguda en el conjunt d'exportacions totals. Així mateix, el capítol 30 ha crescut més que la resta de sectors i d'una manera constant i continuada en el temps examinat.

La indústria farmacèutica brasilera és formada per 370 companyies que tenen un valor de mercat de 5.565 milions de US\$. Actualment sembla que el mercat s'ha recuperat després d'una davallada de vendes molt important durant els últims 3 anys. El 80 % de les empreses farmacèutiques són brasileres i el 20 % restant són estrangeres, la gran majoria d'Europa i els Estats Units. Les companyies multinacionals són les responsables del proveïment del 70 % del mercat intern, sense incloure-hi les vendes directes al govern, el qual compra el 10 % de la producció de medicaments al Brasil.

Hi ha 17 laboratoris públics o oficials que elaboren el 17 % de les unitats venudes. El Govern brasiler inverteix en l'expansió d'aquests laboratoris a fi d'evitar les importacions i també dedica capital a desenvolupar matèries primeres per a la producció de medicaments.

En la relació següent es mostren els 10 productes farmacèutics més venuts al Brasil:

<u>Marca</u>	<u>Medicament genèric</u>
Cataflam	Diclofenac
Keflex	Cefalexin
Capoten	Captopril
Voltaren	Geigy
Amoxil	Amoxicillin
Tylenol	Paracetamol
Renitec	Enalaprilat
Novalgina	Dypirone
Lexotam	Bromazepam
Dorflex	Orphenadrine/Dypirone

2.2.2. L'evolució de l'oferta de medicaments genèrics i les necessitats en aquest subsector

Des del principi dels anys 90 però sobretot des de 1999, al Brasil s'ha promogut l'elaboració i comercialització de medicaments genèrics d'acord amb l'anomenada *política nacional de medicaments* com a estratègia per facilitar l'accés de la població als medicaments i fomentar-ne l'ús racional. Les autoritats brasileres han considerat aquesta la millor manera per possibilitar la compra de medicaments de qualitat i baixos de preu. Per aplicar aquesta política, s'han adoptat una sèrie de mesures, com són aquestes:

–la creació de la Gerència General de Medicaments Genèrics per l'Agència Nacional de Vigilància Sanitària (ANVISA) a fi de controlar-ne l'introducció al país i establir les directrius bàsiques d'aquest procés. Aquest organisme ha dut a terme accions destinades tant a incrementar la producció i l'oferta de medicaments com a promoure'ls entre la població, els professionals, les associacions i els òrgans

administratius. Entre aquestes accions destaquen el conveni signat amb el BNDS per finançar la creació, la millora i l'expansió de línies de producció, fer assajos de bioequivalència i crear centres d'estudi d'equivalència farmacèutica.

-La definició de procediments per prescriure i dispensar medicaments genèrics amb l'establiment de les pautes que els facultatius han de seguir per prescriure'n o per canviar medicaments de referència per altres de genèrics.

-La definició de criteris per a l'adquisició de medicaments per part de la sanitat pública, entre els quals destaca la preferència dels genèrics en cas d'igualtat de preu.

-Mesures per a la divulgació dels medicaments genèrics entre els metges, els farmacèutics i la indústria farmacèutica. Segons es dedueix de les dades ofertes per ANVISA, aquestes mesures han aconseguit un creixement important tant de la producció de medicaments genèrics al Brasil com de la venda d'aquests.

El mercat brasiler de medicaments genèrics creix, actualment, a un ritme del 7 % cada mes i aquest creixement continuarà a causa de la confiança dels consumidors i la seva expectació. D'acord amb ANVISA, el mercat d'aquests medicaments constitueix 8 % del total del mercat (a Espanya és el 3,5 %). S'espera que l'any 2008 el mercat arribi a vendre 1.000 milions de US\$ anuals en productes genèrics.

Actualment, el 85 % de les matèries primeres que s'utilitzen en la producció de medicaments genèrics al Brasil és importat. Les vendes de medicaments genèrics augmentaran molt de pressa d'aquí a poc temps pel fet que 75 patents importants de les medecines més venudes expiraran durant el 2004. L'expiració d'aquestes patents i una demanda nova poden estimular i incrementar l'escala de producció, cosa que pot fer del Brasil un referent mundial amb relació als productes genèrics. A propòsit d'això, el Govern brasiler fa campanyes de sensibilització per

conscienciar la població que demani la prescripció de medicaments genèrics quan vagi a cal metge.

Els medicaments genèrics estan conquistant el mercat farmacèutic a causa dels preus a què es venen, que poden arribar a ser un 40 % més baixos que els dels altres medicaments. L'any passat, la quantitat de nous medicaments genèrics registrats va pujar del 50 %. Actualment, n'hi ha uns 900 de registrats per a 60 tractaments terapèutics. Es calcula que el 86 % dels medicaments de referència comercialitzats al Brasil tenen una versió genèrica.

Les medicines més venudes en aquest segment són Amoxicilina, Captopril i Atenolol. D'acord amb ANVISA, el 90 % dels metges té molta confiança en els medicaments genèrics i el 48 % només escriu el nom genèric del medicament a la recepta.

Al Brasil hi ha uns 20 laboratoris que produeixen medicaments genèrics; un nombre important d'empreses del Canadà, Alemanya, l'Índia i Espanya també s'han introduït en el mercat. La majoria de matèries primeres que s'utilitzen en la fabricació de medicaments genèrics són importades.

2.2.3. Perspectives de l'oferta

Com hem vist, la competència interna en el sector dels productes farmacèutics s'ha intensificat ben clarament. No obstant això, les importacions tendeixen a disminuir. Aquest fet es dona més acusadament en el subsector dels medicaments genèrics. La devaluació del real és una de les causes principals d'aquest fenomen, perquè el poder de compra del país a l'exterior ha disminuït molt. De totes maneres, hi ha experts que adverteixen que el real està massa depreciat, per la qual cosa aquesta tendència pot invertir-se.

En el subsector dels medicaments genèrics sembla que les empreses han optat per una inversió directa al país en detriment d'una política d'exportació. Atès que la

indústria farmacèutica està en mans de grans multinacionals, aquesta estratègia pot ser més acusada els pròxims anys, probablement també amb l'objecte de ser més a prop del mercat del MERCOSUR, on el Brasil encapçala gran part de les exportacions. La gran quantitat de laboratoris farmacèutics i d'indústries que ja hi ha ara pot afavorir aquest fenomen de la inversió directa.

Així mateix, s'aprecia amb claredat la voluntat política del Govern d'estimular l'oferta de medicaments genèrics. La producció nacional brasilera en aquest camp creix a passos de gegant i s'espera que ho segueixi fent els anys vinents. També hi ha empreses d'altres països que comencen a prendre posicions mitjançant el registre de medicaments genèrics, entre les quals n'hi ha algunes d'espanyoles. La competitivitat i l'oferta d'aquests productes cada vegada seran més grans i poden contribuir a una baixada de preus.

3. Anàlisi competitiva

3.1. La producció estatal

El mercat brasiler és menys competitiu del que es pot pensar de primer moment. Això és degut al fet que les companyies farmacèutiques tenen molt poc marge del mercat, perquè cap firma no en controla més del 5 %.

D'acord amb fonts del mercat, al Brasil el mercat està una mica aturat per l'alt nivell de burocràcia i requisits per registrar productes i empreses en el Ministeri de Sanitat.

La indústria farmacèutica brasilera és molt dependent dels mercats internacionals a causa de la falta d'inversions en laboratoris oficials i també per la falta d'expansió i modernització d'aquests. Un augment de les inversions en aquest sector ajudaria al desenvolupament de matèries primeres per a la indústria local.

El Brasil és molt criticat perquè no té una indústria farmacèutica més important i més agressiva. L'any 1970, aproximadament el 70 % dels antibiòtics eren de producció local; actualment el nivell de producció d'aquest producte tan important en la indústria farmacèutica és mínim. Es calcula que la indústria farmacèutica brasilera és en el 40 % del que podria arribar a ser.

3.2. Altres competidors

Suïssa i el Regne Unit són el segon i el tercer exportadors més importants, respectivament, de productes farmacèutics al Brasil, després dels Estats Units. Suïssa és el líder en medicaments contra la sida, encara que després de la llei de medicaments genèrics ha perdut molt de mercat; d'altra banda, el Regne Unit i l'Argentina exporten medicaments de tota mena al mercat brasiler. L'Argentina, soci del Brasil a l'àrea de lliure comerç del MERCOSUR, ha començat a exportar una gran quantitat de productes farmacèutics al Brasil; així i tot, el preu és alt per comparació als nivells del mercat.

Els Estats Units són el proveïdor més important de productes farmacèutics del Brasil. Tenen prop d'un quart del mercat. Les empreses brasileres importen productes nord-americans de tota mena, que són venuts als diferents segments de la població.

En la majoria de fires que s'organitzen al Brasil del sector farmacèutic, el 20 % dels expositors solen ser dels Estats Units, seguits pels de França, Itàlia, Alemanya i l'Argentina.

Després de l'obertura del mercat, un gran nombre d'empreses van començar a importar medicaments diferents per atendre la demanda no coberta. Fins i tot empreses que fabriquen al Brasil com GlaxoSmithKline o Novartis inclouen productes importats en la seva producció tradicional.

Els competidors més importants, a banda dels Estats Units, estan especialitzats en certs segments del mercat. Per exemple, Suïssa és molt forta en productes contra la sida, encara que amb la llei de medicaments genèrics ha perdut molta força; tot i això, ha aconseguit fer-se un nou espai en el segment de les hormones. D'altra banda, Alemanya i Mèxic són molt poderosos en certs antibiòtics i derivats de la sang. El Regne Unit té un mercat molt ampli en diversos segments, especialment en el dermatològic i en l'hospitalari.

Els 10 laboratoris més importants que actuen al Brasil són:

1. Bristol-Myers
2. Schering-Plough
3. H.M. Roussel
4. Tortuga
5. Aché-Prodome
6. Roche
7. União Farmacêutica
8. Glaxosmithkleine
9. Novartis
10. Lab. Amer. De Farmácias

4. Anàlisi de l'usuari final

4.1. Hàbits de consum

El primer element per analitzar en aquest apartat és el perfil del consumidor brasiler en matèria de fàrmacs. En el quadre següent s'ofereix una estimació de la despesa en medicaments de la població brasilera en funció del nivell de renda:

Nivell de renda	Percentatge de la població amb aquest nivell de renda	Despesa <i>capita</i> per fàrmacs de	Percentatge en del consum de fàrmacs
De 0 a 4 salaris mínims	51 %	18,95 U\$	16 %
De 4 a 10 salaris mínims	34 %	64,15 U\$	36 %
Més de 10 salaris mínims	15 %	193,40 U\$	48 %

En aquest quadre es veu que el 51 % de la població brasilera, corresponent als qui tenen un nivell de renda d'entre 0 i 4 salaris mínims, gasta anualment en fàrmacs una mitjana de 18,95 US\$, de manera que el consum d'aquest segment de la població solament constitueix el 16 % del consum total de fàrmacs (de mitjana, 3 productes l'any); el 34 % de la població, compost pels qui tenen una renda d'entre 4 i 10 salaris mínims, gasta en fàrmacs 64,15 US\$ l'any i el seu consum és el 36 % del total; finalment, el 15 % de la població, que té una renda superior a 10 salaris mínims anuals, dedica al consum de fàrmacs 193,40 US\$ l'any, xifra que engloba el 48 % de la despesa total en fàrmacs (de mitjana, 27 productes).

Se'n dedueix clarament que, encara que la demanda de productes farmacològics és rígida a causa de la seva finalitat, prop de la meitat dels fàrmacs que es comercialitzen són consumits pel 15 % de la població, concretament pel segment de població amb el nivell de renda més elevat.

Hem de tenir en compte, però, un segon factor, com és el consum de fàrmacs per edat, que condiciona la demanda de productes amb vista a la seva finalitat. Així, i segons dades del Consell Federal de Farmàcia del Brasil, els ciutadans més grans de 65 anys, que al Brasil formen el 13 % de la població, són els responsables, no obstant això, del 34 % de la despesa total en medicaments.

Davant d'aquesta situació, el Govern brasiler va crear la política nacional de medicaments, desenvolupada des del principi dels anys 90, després de la reforma del sistema sanitari, que a partir de llavors es denomina Sistema Únic de Salut.

Aquesta política va ser aprovada per la Portaria 3916/1998, de 30 d'octubre, i la seva finalitat és facilitar l'accés de fàrmacs als segments de població més desfavorits i garantir medicaments segurs, eficaços, de qualitat i als preus més baixos. Entre les mesures acordades, hem de destacar el foment dels medicaments genèrics.

Entre les directrius d'aquesta política també ressalta l'elaboració de la relació nacional de medicaments essencials (RENAME), composta pels productes considerats bàsics i indispensables per atendre la majoria de problemes de salut de la població. Aquests productes sempre estan disponibles per als segments de la societat que en necesPàgina webn.

La gestió d'aquesta política és descentralitzada, de manera que hi participen tant el Govern Federal com els estatals i municipals, i en cada nivell l'entitat gestora és la que autònomament decideix l'adquisició i distribució d'aquests productes en funció de les necessitats locals.

El Brasil és un dels consumidors de medecines més importants del món. Els brasilers consumeixen una varietat àmplia de medicaments, des d'analgèsics fins a amfetamines. Aquest consum tan elevat de productes farmacèutics és degut a 3 factors: un factor cultural, l'estabilització de l'economia i l'obertura del mercat a productes addicionals com, per exemple, importacions de productes innovadors.

Des del 1994, l'estabilització de l'economia ha fet créixer el poder adquisitiu de les classes més baixes. El 2003 la mitjana d'inflació va disminuir del 50 % al 9,3 %.

Des de 1994, han entrat al mercat 20 milions més de consumidors. D'aquesta manera, l'obertura del mercat ha permès l'entrada de diferents productes que fins ara eren difícils de trobar com, per exemple, les vitamines i els suplementes alimentaris. La classe mitjana i l'alta són els consumidors principals d'aquests productes. Encara que aquests grups sempre han tingut accés a les medecines bàsiques, ara també consumeixen una gran varietat de productes, incloent-hi productes per a la pèrdua de pes.

Un altre factor que influencia el creixement del mercat és cultural. Les farmàcies brasileres no sempre exigeixen receptes per vendre medicaments. Tothom pot comprar quasi tots les medecines sense recepta. De fet, només una capsula de medicaments de cada tres porta la recepta d'un metge.

Els medicaments més consumits són els analgèsics, els antiinflamatoris i les vitamines, però des de fa uns quants anys el consum d'amfetamines augmenta considerablement. De fet, el Brasil és el consumidor d'amfetamines més important del món; medicaments com el Prozac també han tingut un creixement molt gran els últims anys.

4.2. El creixement del mercat de les píndoles anticonceptives i els medicaments per al control del colesterol

El mercat brasiler de les píndoles anticonceptives ha augmentat del 10 % els últims quatre anys i ha arribat a un milió de consumidors nous. Aquesta evolució ha estat ben diferent de la que hi ha hagut a la majoria de països. Entre els 40 productes farmacèutics més venuts al Brasil, n'hi ha 6 d'anticonceptius.

Les empreses estrangeres no poden competir en altres països grans a causa, bàsicament, dels productors locals. El Brasil, al contrari d'altres països, garanteix bones vendes d'anticonceptius orals i injectables de nova generació. Amb relació a això, també hem de tenir en compte que les píndoles anticonceptives obliguen a

un consum continu, cosa que comporta la fidelitat del consumidor. Les dones no canvien de marca fàcilment. Una altra barrera per a les empreses noves és el fet que els costos de producció són considerables, encara que no hi ha patent per a anticonceptius orals.

Amb la intenció d'augmentar els marges econòmics, els laboratoris han intentat substituir les medecines tradicionals per medicaments nous que tenen unes dosis altes d'hormones que minimitzen els efectes secundaris. També hi ha una gran inversió en implants hormonals, que eviten la concepció a les dones durant un període de 3 anys.

L'augment de vendes reflecteix una evolució en la planificació familiar, una de les causes de la disminució de la natalitat al Brasil. L'any 2003 es van vendre 60 milions de capsas d'anticonceptius de 21 píndoles cadascuna. El preu mitjà d'una capsa d'anticonceptius al Brasil és de 3 US\$ i el nombre potencial d'usuaris és de 46 milions.

Un altre sector del mercat bastant important és el de les anomenades *medecines de la societat moderna*. En aquesta categoria s'hi inclouen els medicaments per perdre pes i per resoldre problemes com les disfuncions erèctils, la depressió i la caiguda dels cabells. Els productes per al tractament de l'acne també es poden incloure en aquesta categoria amb un mercat de 23 milions de US\$. S'espera que aquest mercat creixerà del 50 % en un període de 5 anys.

Els medicaments per controlar el nivell de colesterol (*statines*) han creat un mercat de 72 milions de US\$. Aquest sector continua creixent amb inversions molt atractives per a les empreses estrangeres. El fet que arribin al Brasil medicaments nous per controlar els nivells de colesterol, els nombrosos estudis clínics que es fan i les campanyes públiques per conscienciar els brasilers de controlar el nivell de colesterol han obert un mercat molt important en un país amb molts consumidors potencials.

Aquest mercat ha crescut del 25 % cada any des del 2000. En els últims dotze mesos les vendes han estat de 72 milions de US\$ per comparació als 55 milions en el mateix període de l'any anterior. D'acord amb els especialistes, el mercat brasiler en aquest subsector ha augmentat del 60 % els últims dos anys.

Molts brasilers encara no saben que tenen problemes de colesterol. Això implica que el potencial real de creixement del consum d'aquests medicaments fins i tot és més gran del que el mercat experimenta cada any. La Societat Brasileira de Cardiologia estima que el 40 % de la població podria tenir problemes de colesterol i que només el 10 % d'aquest grup ha estat tractat amb medicaments.

5. L'accés al mercat

5.1. La importació

Els productes farmacèutics estan sotmesos a la taxa d'importació (II) i l'impost de circulació de mercaderies i serveis (ICMS). Els productors locals també paguen l'impost de producte industrial (IPI) i l'ICMS. Actualment les taxes d'importació dels productes farmacèutics (capítol 30 de la taxa externa comuna del MERCOSUR) van del 3 % al 18 % depenent del producte. L'ICMS és del 18 % a São Paulo, però es redueix del 7 % al 12 % en altres estats.

A més de la taxa d'importació, hi ha altres despeses i taxes relacionades amb la importació al Brasil, les quals es mostren en aquest quadre (US\$), fet sobre els productes farmacèutics amb una alta càrrega impositiva; el cost final d'altres medicaments seria menor.

Preu FOB del producte	100000
Noli BCN-Santos (SP) o contenidor.	800
.	
Assegurança (1 %)	1000
Preu CIF del producte.	101.800
Impost a la importació (10 % (aplicat al CIF)).	10,180
..	
ICMS: 18 % (aplicat al CIF + impost a la importació)	20156
Taxa de la marina mercant (25 % del noli)	200
Emmagatzematge (0,65 % del CIF o mín. US\$ 170-màx. US\$ 235).....	
Descarregament de la mercaderia (mitjana US\$ 100 per 100 contenidor)	
Contribució al sindicat de duanes (2,2 % CIF o mín US\$ 71-màx 160 US\$ 160)	
Taxa de duanes (0,65 % del CIF o mín. US\$ 170-màx. US\$ 450)	450
...	
Taxa per la utilització del SISCOMEX.	30
Cost final	133311

5.2. El registre del producte

Segons la legislació brasilera, la producció, la manufactura, la importació, l'exportació i la venda de qualsevol producte sanitari, farmacèutic o cosmètic només són portades a terme per empreses autoritzades, és a dir, les que estan registrades en l'Agència Nacional de Vigilància Sanitària

Qualsevol empresa catalana que vulgui manufacturar al Brasil ha d'obtenir la llicència local, federal i estatal, a més de tenir registrat al Ministeri de Sanitat (ANVISA) el producte que vol comercialitzar; també és necessari que aquest producte tingui el certificat ISO 9002.

Els productes importats que estiguin registrats al Ministeri de Sanitat, incloent-hi productes farmacèutics, vitamines i cosmètics, es poden vendre si es compleix una d'aquestes condicions:

- A) L'empresa estrangera estableix una filial de producció o una oficina completament responsable dels productes importats, o
- B) L'empresa estrangera contracta un distribuïdor local que estigui registrat a l'Agència Nacional de Vigilància Sanitària com a importador i distribuïdor dels productes que ofereix.

5.2.1. Documents necessaris dels distribuïdors locals per registrar productes, importar i vendre

- a) *Alvará de Funcionamiento*. És un permís de comerç expedit per les autoritats sanitàries estatals. Permet a les empreses importar, distribuir, emmagatzemar i vendre els productes registrats a ANVISA.
- b) *Autorização de Funcionamento*. És un permís com l'*Alvará de Funcionamento* però expedit pel Govern federal.
- c) Contracte amb un tècnic qualificat, com ara un químic, un farmacèutic, un enginyer, etc., d'acord amb les diferents indústries. En aquest contracte s'estipulen els anomenats *termes de responsabilitat tècnica*, signats pel professional. Aquest document es pot obtenir de les autoritats farmacèutiques regionals.
- d) Contracte amb un laboratori brasiler per fer el certificat de control de cada producte que es vol registrar. Aquest laboratori ha de ser un *organismo de controle e certificação* (OCC) registrat al Ministeri de Sanitat. L'empresa té 12 mesos per donar aquesta informació.

El registre de productes al Brasil és una tasca molt laboriosa i ha de ser portada a terme per l'oficina local de l'empresa o el seu agent. Aquest procés pot ser completat en un període de 90 dies després de fer-se la gestió. Les empreses catalanes han de tenir en compte una sèrie de passos per garantir els seus drets en el moment de registrar-se, com són aquests (es pot consultar un manual sobre aquesta qüestió a la pàgina web d'ANVISA www.portal.saude.gov.br/saude) :

- Fer el registre de la marca i la patent a l'Institut Nacional de Propietat i Indústria a través d'un advocat local.
- Escriure un contracte prou sòlid amb el distribuïdor per protegir els drets del fabricant, incloent-hi la propietat del registre amb el Ministeri de Sanitat. Això ha de fer-se per mitjà d'un agent local.

- Establir clàusules específiques al contracte, segons les quals la propietat del registre es transfereixi de l'agent al fabricant per reduir els riscos. Aquesta transferència només pot fer-se si l'empresa estrangera obre una planta productora o una oficina al Brasil, condició deguda al fet que el registre no es pot transferir al país d'origen
- Entregar a les autoritats locals, a través d'agents propis, una fórmula qualitativa i quantitativa dels productes. Això ha de constar al document de registre.

5.2.2. Tipus de registre de productes

Amb el propòsit de tenir un ordre de registre, ANVISA classifica els productes en les categories següents:

1. *Drogas*: substàncies per a ús sanitari.
2. Medicines: productes farmacèutics curatius, preventius o de diagnosi.
3. Matèries primeres farmacèutiques: matèries per ser utilitzades en medicines.
4. Menjar: productes de menjar preparat.
5. Productes relacionats: altres productes diferents dels de les definicions anteriors. Aquests productes i aquestes substàncies són utilitzats per protegir la salut, la higiene i la neteja (cosmètics, productes dietètics, productes veterinaris, insecticides i verins).

5.2.3. Documentació necessària per al registre

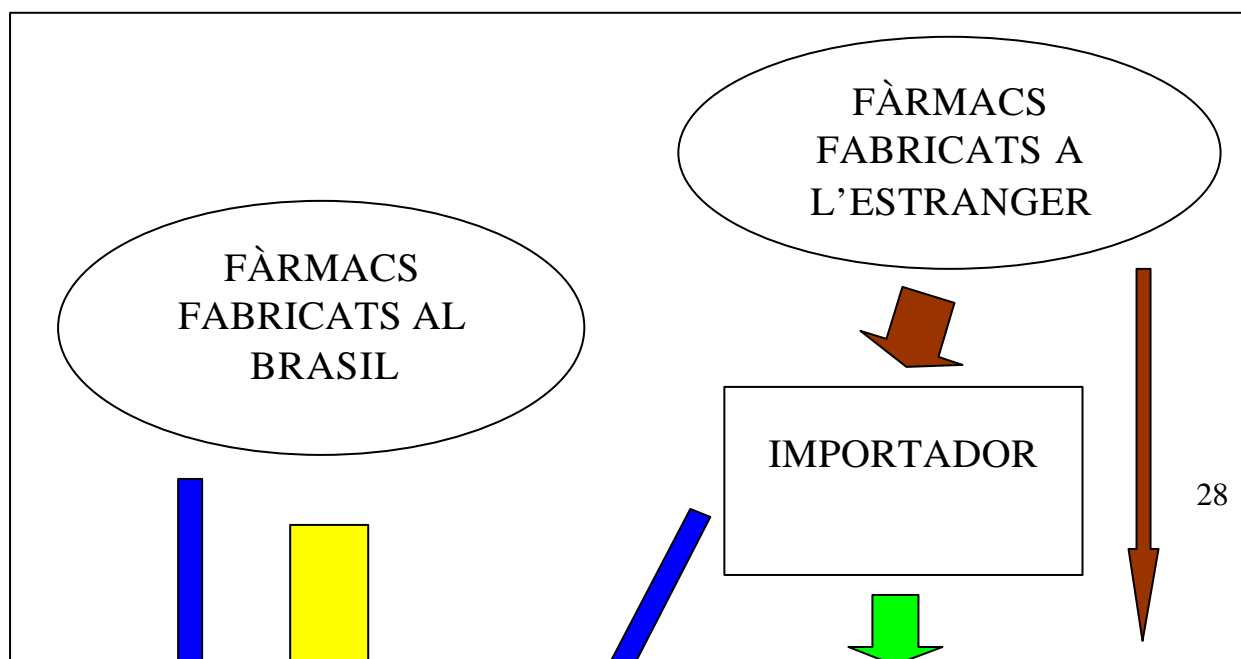
Els documents que requereix un agent local o una empresa estrangera per registrar un producte al Brasil són:

- a) Un formulari obtingut del Ministeri de Sanitat.
- b) Una còpia del resguard del banc com a prova del pagament de les taxes de registre.

- c) L'*Alvarao de Funcionamiento* expedit per les autoritats estatals al distribuïdor del fabricant.
- d) L'*Autorizaçao de Funcionamiento* expedit per les autoritats federals al fabricant.
- e) Un document que mostra la responsabilitat tècnica del distribuïdor o fabricant.
- f) Un informe tècnic del producte que es vol comercialitzar en què s'enumeren els components de la fórmula, les instruccions i els perills. Aquest informe és molt important i s'ha de traduir al portuguès.
- g) Una mostra de l'etiquetatge i un tríptic del producte traduïts al portuguès.
- h) Per als productes que no estiguin regulats per la llei brasilera, és obligatori donar informació de la utilització del producte per demostrar-ne l'eficàcia i la seguretat.
- i) Una còpia del registre concedit al producte al país d'origen.
- j) Una còpia legal del document pel qual el fabricant autoritza el distribuïdor a comerciar i distribuir els seus productes.

Els exportadors catalans poden obtenir informació addicional i contactes amb agents locals per mitjà de l'Associació Brasileira de Professionals en Vigilància Sanitària (ABPVS). Això és molt important per la complexitat i la particularitat del procés de registre.

6. La distribució



Fins al maig de 1997, el sistema públic de distribució de productes farmacèutics al Brasil estava centralitzat a l'agència CEME (central de medicaments). En crear-se aquesta agència, la intenció inicial havia estat que funcionés com a complement del sistema de salut pública, que ja hi era, i que proveís de medicines la gent més pobre. La CEME es va convertir en una agència poc eficaç i en la qual abundava la corrupció, per la qual cosa el Govern va decidir tancar-la.

Com a resultat del tancament de la CEME, el Govern va desenvolupar un nou sistema de distribució de fàrmacs, Farmacia Basica, que distribueix els medicaments essencials a les poblacions amb menys de 21.000 habitants.

En el sector privat, els fàrmacs es distribueixen de la manera següent:

- Distribució tradicional: inclou agents comercials i detallistes.
- Venda directa: venda porta a porta.
- Franquícies amb mètodes especials de venda.

6.1. Característiques del canal de comercialització

Tal com hem explicat en aquest estudi, el Brasil és un país molt gran on la població es concentra en unes àrees determinades i la distribució de la renda és molt desigual. A conseqüència d'això, la comercialització de fàrmacs ha de tenir en compte aquestes peculiaritats en totes les fases.

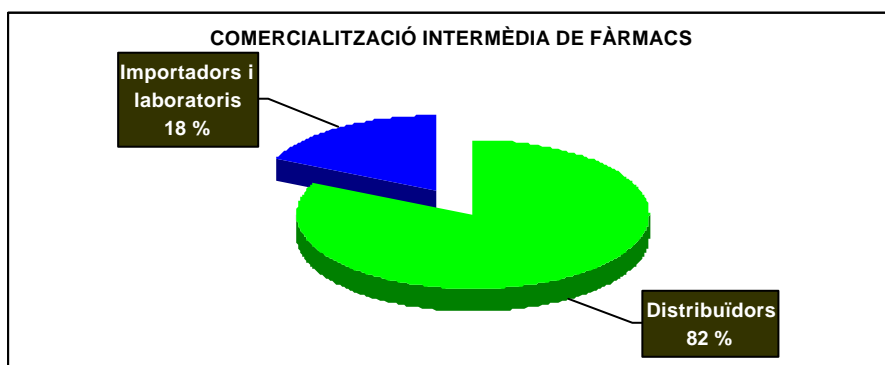
Per això, la distribució i el consum de productes a les grans ciutats i àrees més desenvolupades són bastant diferents de la que es fan a les àrees amb menys població i més dispersa; a la primera zona esmentada el termini mitjà de lliurament és de 36 hores i es distribueix pràcticament tot el ventall de productes farmacèutics, mentre que a l'altra zona la distribució normalment és setmanal i, atès que la renda és majoritàriament baixa, els fàrmacs més habituals són els imprescindibles i els que estan més bé de preu.

Centrant-nos en els canals de comercialització, cal destacar que des de la fabricació fins a l'adquisició per al consum el producte passa per diferents intermediaris, el nombre dels quals depèn del lloc on es fabrica el producte i de la persona que és el comprador final.

- Si el fàrmac s'elabora al Brasil, en la comercialització hi intervenen el distribuïdor, majorista que adquireix grans lots als fabricants i importadors que tenen mitjans logístics per emmagatzemar i distribuir la mercaderia, i les farmàcies, els únics

establiments autoritzats per a la venda final, tret que el comprador final sigui una institució (l'Estat per als hospitals públics, les clíniques privades i les grans empreses amb convenis laborals per subministrar medicaments), cas en el qual l'adquisició és a càrrec del distribuïdor i fins i tot del fabricant.

· Si el fàrmac és d'elaboració estrangera i el fabricant no té cap filial al Brasil, generalment cal afegir a l'estructura anterior l'importador, que després ven als distribuïdors, encara que, segons la zona de venda final i els mitjans i coneixements per a l'exportació de l'empresa fabricadora, aquesta pot evitar-se l'importador; normalment, però, recorre a l'importador, perquè aquest és un intermediari especialitzat que s'encarrega de tots els tràmits duaners i sanitaris per introduir els fàrmacs al país; el fet que hi hagi bastants importadors especialitzats exclusivament en productes farmacèutics (més avall n'hi ha una llista) és una manifestació clara de la seva importància i actuació. En conseqüència, amb independència del lloc d'elaboració, els distribuïdors duen a terme la major part de la comercialització intermèdia, tal com s'observa a l'esquema inicial i al dibuix, que representa el volum de fàrmacs comercialitzats pels distribuïdors o directament pels laboratoris i els importadors.



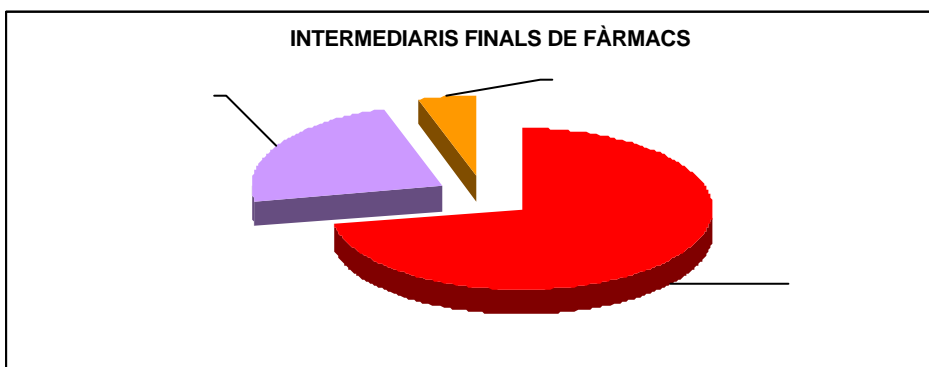
Font: *Panorama Setorial, Gazeta Mercantil.*

El nombre d'empreses distribuïdores és molt elevat (gairebé 1.500), però les 15 més importants generen el 50-60 % del negoci; els distribuïdors més importants s'agrupen en una associació d'àmbit nacional fundada el 1986 i que es diu Associação Brasileira do Atacado Farmaceutico (ABAFARMA). Així, el grau de competència no és gaire alt, a pesar del gran nombre d'empreses que hi ha.

Dos aspectes importants a considerar són, d'una banda, que el problema principal que afronten els distribuïdors amb relació a l'eficàcia del servei són les deficiències en les infraestructures terrestres del Brasil, d'on deriva la freqüència baixa del subministrament en algunes zones, i, de l'altra, que moltes petites empreses distribuïdores no compleixen els requisits bàsics de qualitat, de manera que, per exemple, en comptes de tenir vehicles amb càmera frigorífica, utilitzen blocs de gel.

Amb referència al valor que afegixen als fàrmacs pel seu servei, el marge brut mitjà amb el qual treballen és del 12,6 % (costos + beneficis) i sol ser més gran si es tracta de fàrmacs la distribució dels quals és exclusiva d'una empresa i més petit si són medicaments genèrics.

Entre els clients dels distribuïdors, els més importants són les farmàcies i les institucions; ambdós grups són els intermediaris finals dels fàrmacs, com s'observa a l'esquema inicial i al dibuix inferior, que representa la proporció de fàrmacs adquirida per empreses, farmàcies i institucions.



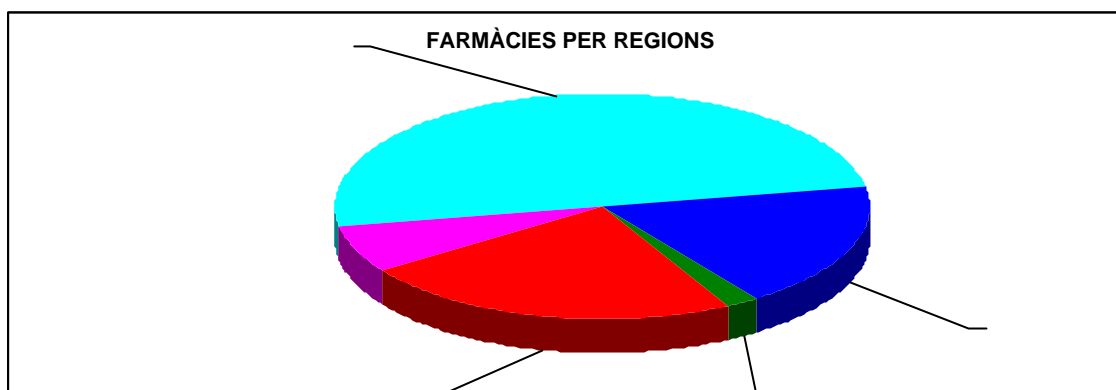
Font: *Panorama Setorial, Gazeta Mercantil.*

Com es veu, el principal agent del final de la cadena de comercialització de fàrmacs són les farmàcies, que tenen l'exclusiva en la venda al consumidor tant si hi ha recepta com si no; el nombre de farmàcies al Brasil és superior a 50.000. En aquest grup d'intermediaris cal distingir:

- les xarxes de farmàcies la propietat de les quals pertany a una persona jurídica, les quals generen el 30 % de la vendes totals de les farmàcies. La majoria estan agrupades en ABRAFARMA; destaca el fet que el seu poder de negociació de preus amb els distribuïdors és rellevant i que tenen bones estratègies de màrqueting per guanyar quota de mercat.
- els grups de farmàcies independents associades per aconseguir un poder de negociació més fort, els principals dels quals són AFARMA, que representa 140 farmàcies associades de l'estat de São Paulo, i REFARMA, amb 161 farmàcies.
- les farmàcies independents que no estan associades a cap agrupació, les quals solen ser de caràcter familiar i constitueixen el 96 % dels establiments farmacèutics.

Segons el tipus de farmàcia, hi ha un poder o altre de negociació amb els distribuïdors, aspecte molt important perquè el benefici del negoci en depèn i perquè el marge brut de comercialització és del 30 % de mitjana (costos + beneficis).

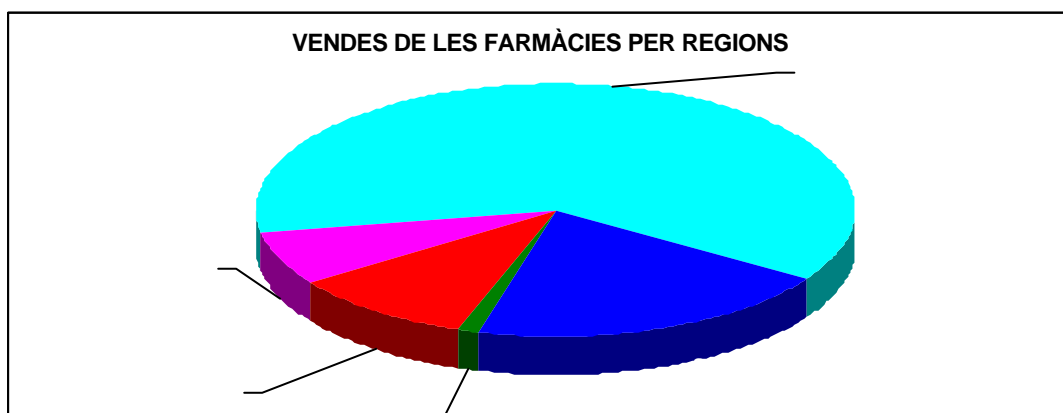
Les farmàcies es distribueixen, principalment, segons la població però també en funció de la riquesa de les regions; així, la proporció d'establiments dels estats de les regions sud i sud-est és més alta que no pas el percentatge de població que tenen en el total del país; el fenomen contrari es dona als estats de les regions nord i nord-est.



Regions	NORD	NORD-EST	CENTRE-OEST	SUD-EST	SUD
Població	7,50 %	27 %	7 %	44 %	14,5%

FFont: *Panorama Setorial, Gazeta Mercantil.*

Si analitzem la proporció de vendes de les farmàcies per regions, veiem que la relació amb la riquesa de les regions encara s'accentua més, perquè el percentatge de vendes respecte a la facturació total és molt important a les regions sud i sud-est, atès que arriba al 82 % de la facturació total de les farmàcies.



Font: *Panorama Setorial, Gazeta Mercantil.*

6.2. La publicitat

La publicitat té un paper bastant important en el mercat brasiler. Molts importadors brasilers insisteixen a tenir drets de representació exclusiva dels productes

importats amb vista al màrqueting i les estratègies de publicitat. La millor manera de fer publicitat dels productes farmacèutics és entre els metges i els laboratoris.

La majoria d'importadors i distribuïdors esperen obtenir descomptes dels seus socis internacionals. Després de grans inversions per fer el producte conegut al Brasil, els importadors han de competir amb organitzacions delictives que compren els productes al Paraguai i els venen molt més bé de preu al Brasil.

Els mitjans de comunicació principals al Brasil són la televisió i les revistes de tota mena. La premsa especialitzada també és important en aquest camp.

7. Conclusions

Com a resum final, podem destacar aquests aspectes principals:

–La demanda de medicaments s'incrementa de mica en mica al Brasil segons es desprèn de les dades de vendes. Aquest increment s'espera que es mantingui a curt i a mitjà termini atenent les xifres de creixement i tenint en compte que els productes farmacèutics són un bé de primera necessitat. No obstant això, cal fer ressaltar que al Brasil la demanda d'aquests béns és molt influenciada per la renda, raó per la qual ara com ara l'accés als fàrmacs és difícil per a les classes més baixes. Considerant que la política del Govern actual busca afavorir que tota la societat en disposi, es preveu que els pròxims anys aquestes classes hi podran accedir amb més facilitat. D'altra banda, l'augment de l'esperança de vida fa plantejar que els consumidors de més edat cada vegada tindran més importància en el mercat.

–En relació amb la generalització de l'accés als productes farmacèutics, s'espera que la demanda de medicaments genèrics segueixi creixent com els últims anys, si realment es continuen impulsant polítiques per afavorir-ne la comercialització com fins ara. Aquest pot ser el subsector la demanda del qual augmenti més els pròxims anys.

–El primer factor que hem d'esmentar de l'oferta és que el volum de les vendes (en reals) ha pujat més que la producció interna, cosa que ha provocat un increment de la quota de mercat dels fàrmacs importats en les vendes totals del país. Ara bé, el problema de la depreciació de la moneda no deixa fer gaires compres a l'exterior. La tendència de la indústria multinacional sembla encaminar-se, com a conseqüència d'això, a fer inversions directes al país, de manera que pujarà la producció interna.

–Cal remarcar la situació de l'oferta dels fàrmacs genèrics. La creació de la Gerència General de Medicaments Genèrics per ANVISA, l'establiment de prioritats de registre de medicaments a ANVISA, la definició de procediments per prescriure i dispensar medicaments genèrics, la preferència dels genèrics per part de la sanitat pública en cas d'igualtat de preus i les mesures del Govern per divulgar-los entre els metges demostren una clara voluntat política d'afavorir l'oferta d'aquests productes.

–La potenciació al Brasil de fàrmacs genèrics crea una gran competència en el mercat de productes que tenen un medicament genèric equivalent, però també té una vessant positiva que algunes indústries farmacèutiques han aprofitat situant al territori brasiler filials dedicades a la producció d'aquests fàrmacs i beneficiant-se dels incentius que alguns estats ofereixen als inversors estrangers. Prendre posicions com més aviat millor en aquest camp pot ser una política que doni grans beneficis futurs, per la qual cosa pot ser interessant per a alguna empresa estudiar la implantació d'una filial en aquell país aprofitant aquesta situació.

–L'exportació de fàrmacs al Brasil ha de considerar la intervenció de diversos intermediaris amb els marges respectius en el canal de comercialització i especialment la presència consolidada de l'importador, que pot generar un diferencial perjudicial en competitivitat del fàrmac exportable si hi ha fàrmacs similars fabricats al Brasil. Per això, sempre que sigui possible, s'ha d'evitar l'importador venent directament als distribuïdors.

–Els distribuïdors són un intermediari inevitable en la venda al consumidor final gràcies a la seva gran eficàcia, afavorida pel fet que hi ha economies d'escala en la distribució de fàrmacs. No tenen, però, exclusivitat a les diferents àrees, de manera que normalment n'actuen diversos en una zona determinada, per la qual cosa és recomanable conèixer bé la seva manera de treballar i negociar, abans de decidir-se per un o uns quants.

–Per introduir-se en el mercat, pot ser recomanable, si bé és poc ètic, analitzar l'èxit dels productes a les regions sud i sud-est tenint en compte que les vendes de les farmàcies en aquestes regions generen el 82 % de la facturació total del país.

–Els mitjans de promoció de fàrmacs tenen importants restriccions legals; la forma més econòmica de promocionar-se és, a l'inici, contractar a revistes especialitzades la publicació d'articles o anuncis sobre el fàrmac que es vol col·locar en el mercat.

–Una empresa farmacèutica que pretengui introduir els seus productes al Brasil ha de seguir un procés administratiu consistent en l'autorització del funcionament de l'empresa, si vol comercialitzar-los directament, i en el registre dels productes; l'accés al mercat, doncs, no és directe. Això no és diferent del que succeeix en altres països en aquest camp a causa dels productes de què tractem. El mateix es pot dir de les mesures sanitàries a les quals estan sotmeses aquestes importacions.

–Les importacions estan subjectes a l'atorgament d'una llicència i, en determinats casos, fins i tot a una autorització administrativa, cosa que pot fer allargar més el procés d'importació.

–Els tipus aranzelaris dels fàrmacs són elevats en comparació dels de la Unió Europea i oscil·len entre el 8 i el 15,5 % sobre el valor CIF de la importació, encara que actualment alguns productes tenen un tipus zero. A la Unió Europea, en tots els casos s'aplica un tipus zero en els productes farmacèutics.

–Aquesta situació es repeteix en els impostos indirectes que graven les importacions, perquè, encara que els productes farmacèutics estan exclosos de l'aplicació de l'impost sobre productes industrialitzats, d'àmbit federal, s'hi aplica l'impost sobre la circulació de mercaderies i la prestació de serveis, d'àmbit estatal, que oscil·la entre el 7 i el 18 % segons l'estat receptor de les mercaderies; a Espanya el tipus de l'IVA per als fàrmacs és del 4 %.

–Els tipus aranzelaris i els impostos indirectes provoquen un increment dels preus dels productes farmacèutics superior al dels fàrmacs dirigits a altres destinacions.

Com a conclusió final, el Brasil presenta oportunitats de negoci tant d'exportació com d'inversió en el sector dels fàrmacs fonamentades en:

- el creixement de la demanda, que s'ha constatat els últims anys i que es preveu que continuarà els pròxims;

- un augment de les vendes superior al creixement de la producció interna, que ha suposat una quota de mercat més gran per als fàrmacs importats.

A aquestes oportunitats cal afegir-hi la claredat dels tràmits administratius necessaris per accedir al mercat, similars als d'altres països, i el fet que hi ha uns intermediaris especialitzats que faciliten la introducció i distribució de fàrmacs al país.

8. Contactes

8.1. Premsa del sector

OFFICE

Office editora e publicidade LTDA.

Rua Jureia, 457

04140-110-São Paulo

Telèfon: 55-11-539-4152

Fax: 55-11-5586-3323

LEMOS

Lemos editorial & gráficos Ltda.

Rua Rui Barbosa, 70

01326-010-São Paulo-SP

Telèfon: 55-11-251-4300

Fax: 55-11-251-4300

Kairos

Tecnopress Editora e Publicidade Ltda

Rua Alvaro de Menezes, 74

04007-020-São Paulo-SP

Telèfon: 55-11-884-8756

Fax: 55-11-887-8271

8.2. Fires

Hospitalar 04 és la fira més important del sector a Hispanoamèrica i té lloc cada any al Pavilhao de Exposições do Anhembi a São Paulo.

El 2003, hi van participar 500 empreses i 700 marques hi van ser representades.

Nom: Hospitalar 04

Lloc: Expo Center Norte, Sao Paulo

Dates: 1-4 de juny de 2004

Contacte: Hospitalar, comerç i fires

Rua Oscar Freire, 379, 19 floor

São Paulo, SP. 01426-001
Telèfon: (55-11) 853-6844
Fax: (55-11) 280.3233
Adreça electrònica: hospfair@mandic.com.br
Pàgina web: www.hospitalar.com.br

FCE Pharma. Novena edició d'una de les fires més importants en matèria de productes farmacèutics que es fan a Hispanoamèrica.

Nom: FCE Pharma 2004
Lloc: Trans América Expocenter-São Paulo
Dates: 11-13 de maig de 2004
Contacte: VNU Business Media
Irina Pandolfi
Telèfon: (55-11) 3873-0081 ext. 111
Fax: (55-11) 3873-1912
Adreça electrònica: fce@vnu.com.br
Pàgina web: www.fcepharma.com.br

8.3. Bufets d'advocats especialitzats en el registre de productes al Ministeri de Sanitat

ADVOCACIA CORDEIRO DA LUZ
Assessoria e Consultoria Jurídica
Rua Alfredo Martins, 36
04109-090 São Paulo
Telèfon: 5084-7304
Fax: 5084-7304

E.A.S. La Marque Advogados
Av. Paulista, 575 - 6 Andar
01311-000 - São Paulo - SP
Telèfon: 55-11-283-1690
Fax: 55-11-287-2542

8.4. Importadors de productes farmacèutics

At Consultoria E Desenvolvimento S/C Ltda

Av. Brig. Faria Lima, 2152 - cj. 6D - Cond. Ed. Cidade Jardim
CEP: 01451-000 - São Paulo - SP - Jardim Paulistano
Fone: (11) 3037.7584 / 0176 Fax: (11) 3816.2321

Representant:

Adreça electrònica: atesquim@uol.com.br

C.A.S. Importação e Exportação Ltda.

Rua Cidade de Bagdá, 942 - V. Sta. Catarina
CEP: 04377-000 - São Paulo - SP
Fone: (11) 5677-9696 Fax.: (11) 5677.9797

Representants:

Adreça electrònica: cas@casimp.com.br

Pàgina web: <http://www.casimp.com.br>

CIEL – Confiança Importação e Exportação Ltda.

Av. Guilherme Maxwell, 470 - Bonsucesso
CEP: 21042-110 - Rio de Janeiro - RJ
Fone/Fax: (21) 560.2134 / 1630 / 1684

Filial em S.P.

Fone: (21) 2560-2134

Representant:

Adreça electrònica: ciel@ciel.com.br

Pàgina web: <http://www.ciel.com.br>

DEG Importação de Produtos Químicos Ltda.

Rua Jurupari, 775 / 779 - Jd. Oriental - Jabaquara

CEP: 04348-070 - São Paulo - SP

Fone: (11) 5033-3700 Fax: (11) 5033-3711

DDG.: 0800-701-1974/0800- 55-1974

Representant:

Adreça electrònica: deg@deg.com.br

Pàgina web: <http://www.deg.com.br>

DINALAB Comércio, Importação e Exportação Ltda.

Rua Santa Rita do Oeste, 282 – Jabaquara

CEP: 04323-060 - São Paulo – SP

Fone: (11) 5588.1444 Fax: (11) 5588.2779

Representant:

Adreça electrònica: dinalab@dinalab.com.br

Pàgina web: <http://www.dinalab.com.br>

FLORABRASIL Produtos Naturais Ltda.

Calçada das Rosas, 65 - Alphaville

CEP 06453-029 - Barueri / SP

Fone (11) 4689-7230 Fax (11) 4689-0454

Representant:

Adreça electrònica: jcs@formil.com.br

FORLAB Chitec S/A Comércio Internacional

Rua da Lapa, 180 - 3o / 4o andares - Lapa

CEP: 20021-180 - Rio de Janeiro - RJ

Fone: (21) 2232-0038 Fax: (21) 2221-4052

Representants:

Adreça electrònica: forlabrio@forlab.com.br

Pàgina web: www.forlab.com.br

GALENA Química e Farmacêutica Ltda

Rua Pedro Stancato, 860 - Campo dos Amarais

CEP 13082-560 - Campinas / SP

Fone (19) 3746-7700 Fax (19) 3746-7722

Representant

Adreça electrònica: andreia@galena.com.br

Pàgina web: www.galena.com.br

I.D. Comércio e Representações Ltda

Rua Bagaetava, 112 - Sala superior

CEP: 04705-010 - Vila Gertrudes - São Paulo/SP

Fone (11) 5542-6647 / 5096 / 0379 - Fax (11) 5096-1712

Representant:

Adreça electrònica: echemical@echemical.com.br

Pàgina web: www.echemical.com.br

HENRIFARMA Produtos Químicos e farmacêuticos Ltda.

Rua Freire da Silva, 209

CEP 01523-020 - Cambuci / SP

Fone: (0XX11) 5572.2000 Fax: (11) 5572.8949

Representants:

Adreça electrònica: henrifar@henrifarma.com.br

Pàgina web: www.henrifarma.com.br

MASE Produtos Químicos e Farmacêuticos Ltda.

Rua Vicente de Carvalho, 168-A

Cambuci - CEP 01521-020 - São Paulo- SP

Tel.: (0XX11) 3277-2920

Representant:

Adreça electrònica: mase@opaginaweb.com.br

Pàgina web: www.mase.com.br

M.CASSAB Comércio e Indústria Ltda.

Av. das Nações Unidas, 20.882 - Santo Amaro

CEP: 04795-000 São Paulo/ SP

Fone (11) 5522-7788 Fax (11) 5681-6084

Representant: Sr.

Adreça electrònica: mcassab@mcassab.com.br

Pàgina web: www.mcassab.com.br

PHARMAB Representações S/C Ltda.

Rua das Camélia, 761 - Mirandópolis

CEP: 04055-050 - São Paulo - SP

Tel.: (0XX11) 5581.6789 / 0178 - Fax: (011) 5072.6090

Representant:

Adreça electrònica: pharmab@uol.com.br

PIROQUÍMICA Comercial Ltda.

Av. Prof. Alceu Maynard Araújo, 147 - Santo Amaro

CEP: 04726-160 - São Paulo - SP

Fone: (11) 5642.0500 Fax: (11) 5642.0544

Representant:

Adreça electrònica: piroquimica@uol.com.br

RBZ Marketing S/C Ltda.

Rua Maria Baldinata Zunta, 28

CEP: 04671-110 - Vila Sophia -São Paulo - SP

Tel: (0XX11) 5521.3567 - Fax: (11) 5521.3372

Representant:

Adreça electrònica: rbzmkt@uol.com.br

Pàgina web: www.rbz.com.br

RICERA Importação, Exportação e Comércio Ltda.

Av. Barão de Vallim, 142 - Campo Belo

Cep: 04613-030 - São Paulo - SP.

Fone: (011) 5561.7486 / 6100 / 7657 FAX: (11) 5535-9606

Representants:

Adreça electrònica: ayallamk@zaz.com.br

SMC - PHARMA NOVA Comércio de Produtos Químicos Ltda.

Av. General Waldomiro de Lima, 647 - Parque Jabaquara

Cep: 04344-070 - São Paulo - SP

Fone: (011) 5011.9399

Representant.

Adreça electrònica: nova@smcpharma.com.br

SPECTRUM Química Comercial Ltda.

Rua do Engenho Novo, 303 - Engenho Novo

CEP: 20961-100 - Rio de Janeiro - RJ

Fone: (11) 2501-2020

Representant:

Adreça electrònica: spectrum@spectrumquimica.com.br

Pàgina web: www.spectrumquimica.com.br

VALDEQUÍMICA Produtos Químicos Ltda.

Rua Três Irmãos, 212 a 218 - Caxingui

CEP: 05615-190 - São Paulo - SP

Fone/Fax: (11) 3721.6407

Representant

Adreça electrònica: valdepq@uol.com.br

Pàgina web: www.valdequimica.com.br

8.5. Associações d'industrials

ABIFARMA-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

Telèfon: 55 11 820 3775

Fax: 55 11 822 6628

www.abifarma.com.br

Adreça electrònica: abifarma@abifarma.com.br

ABIQUIF-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA FARMOQUÍMICA

Telèfon: 55 21 220 3005

Fax: 55 21 2524 6506

www.abiquif.org.br

Adreça electrònica: abiquif@abiquif.org.br

SINDUSFARM-SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

Telèfon: 55 11 829 5944

Fax: 55 11 820 0742

www.sindusfarm.org.br

Adreça electrònica: sindusf@dqlnet.com.br / sindusfarm@sol.com.br

**ASSIFARMA-ASSOCIAÇÃO DAS REDES INDEPENDENTES DE FARMÁCIAS
E DROGARIAS**

Telèfon/Fax: 55 11 5507 5808

www.assifarma.com.br

Adreça electrònica: assifarma@assifarma.com.br

ADRAGIL

Telèfon: 51 3028 3878

adraqil@terra.com.br

Web: www.adraqil.hpg.ig.com.br

**ABIMED-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS IMPORTADORES DE
EQUIPAMENTOS, PRODUTOS E SUPRIMENTOS MÉDICO-HOSPITALARES.**

Telèfon: 55 11 5052 2664

Fax: 55 11 5052 7074

www.abimed.org.br

Adreça electrònica: abimed@uol.com.br

**ABIMO-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA IND. DE ARTIGOS E EQUIPOS
MÉDICOS, ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES E DE LABORATÓRIOS.**

Telèfon/Fax: 55 11 3285 0155

Adreça electrònica: abimo@abimo.org.br

www.abimo.org.br

**ALANAC-ASSOCIAÇÃO DOS LABORATÓRIOS FARMACÊUTICOS
NACIONAIS**

Telèfon/Fax: 55 11 5506-8522

www.alanac.org.br

Adreça electrònica: alanac@alanac.org.br

ANFARMAG- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE FARMACÊUTICOS MAGISTRAIS

Telèfon: 55 11 5539 0595

Adreça electrònica: falecom@anfarmaq.com.br

www.anfarmaq.com.br

F E N A F A R - F E D E R A Ç A O
N A C I O N A L D O S
F A R M A C E U T I C O S

Telèfon/Fax: 55 11 259 1191 / 55 11 257 9126

Adreça electrònica: info@fenafar.org.br

www.fenafar.org.br

ABIFINA- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS IND. DE QUÍMICA FINA, BIOTEC. E ESPEC.

TELÈFONel: 55 21 2544 6129

Fax: 55 21 2220 9287

E- mail: info@abifina.org.br

www.abifina.org.br

CFM-CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Telèfon: 55 61 445 5900

Fax: 55 61 346 0231

Adreça electrònica: cfm@cfm.org.br

www.cfm.org.br

SIND. DOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

Telèfon: 55 11 3255 0588

Fax: 55 11 3231 5456

Adreça electrònica: info@sinfar.org.br

www.sinfar.org.br

SBPC-SOCIEDADE BRASILEIRA PARA O PROGRESSO DA CIÊNCIA

Telèfon: 55 11 3259 2766

Fax: 55 11 3106 1002

Adreça electrònica: fernanda@sbpcnet.org.br

www.sbpcnet.org.br

**ABAFARMA-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO ATACADO
FARMACÊUTICO**

Telèfon: 11 5080 3636

<http://www.abafarma.com.br>

**SINCAMESP-SINDICATO COMERCIO MAYORISTA DROGAS Y
MEDICAMENTOS DE SÃO PAULO**

Telèfon: 11 5572 4040

www.sincamesp.com.br

Adreça electrònica: jgodoy@sincamesp.com.br

**ABIAR-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDUSTRIA DE AUTOMEDICAÇÃO
RESPONSAVEL**

Telèfon: 55 11 5182 0330

Fax: 55 11 5182 0552

www.abiar.org.br

Adreça electrònica: abiar@abiar.org.br

ABRASP-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTORES DE SOLUÇÕES

Telèfon: 55 11 3253 7068 /4968

www.abrasp.org.br

ABC-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COSMETICA

www.abc-cosmetologia.com.br

ABC FARMA-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO COMÉRCIO FARMACEUTICO

Telèfon: 55 11 223 8677

Fax: 55 11 3331 2088

www.abcfarma.org.br

AMB-ASSOCIAÇÃO MÉDICA BRASILEIRA

www.amb.org.br

ABNT-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TECNICAS

Telèfon: 55 21 2974 2300

Fax: 55 21 3974 2347

Adreça electrònica: abnt@abnt.org.br / drl@abnt.org.br

www.abnt.org.br

ADISLAB-ASOCIACIÓN DISTRIBUIDORES BRASILEÑOS DE PRODUCTOS PARA LABORATORIOS

Av. Prestes Maia, 241 – 13º andar – sala 1306

Edifício Mirante do Vale – CEP 01031 001 – São Paulo SP

Telèfon-fax: 11 229 1232

FEBRAFARMA-FEDERAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA FARMACEUTICA

Telèfon: 55 61 217 9016

Adreça electrònica: febrafarma@febrafarma.org.br

www.febrafarma.org.br

GRUPEMEF-GRUPO DOS PROFISSIONAIS EXECUTIVOS DO MERC. FARMA

Telèfon: 55 11 5093 5385 / 5531 8103

Adreça electrònica: grupemef@grupemef.com.br

www.grupemef.com.br

INTERFARMA-ASSOCIAÇÃO DA INDUSTRIA FARMACEUTICA DE PESQUISA

Telèfon: 55 11 5183 4242

Fax: 55 11 5183 4247

interfarma@interfarma.org.br

www.interfarma.org.br

SINFAR-SINDICATO DE INDUSTRIA DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Telèfon: 55 21 2220 8266 / 2262 2807

Fax: 55 21 2262 8552

Adreça electrònica: info@sinfar.org.br

www.sinfar.org.br

**GRUPO PRÓ-GENÉRICOS–ASSOCIAÇÃO DE INDÚSTRIAS
FARMACÊUTICAS DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS**

Telèfon: (11) 3849-5944

Fax : (11) 3845-0742

Adreça electrònica: progenericos@progenericos.org.br

www.progenericos.org.br

8.6. Altres informacions d'interès

1. Normativa sanitària: al final d'aquest paràgraf es dóna la pàgina web de l'Agència Nacional de Vigilància Sanitària, on es troba informació sobre permisos sanitaris. svs.saude.gov.br.

Al Brasil tot el sistema sanitari és pràcticament privat. No obstant això, donem la pàgina web del Ministeri de Sanitat per a qualsevol informació addicional que es necessiti: www.saude.gov.br.

2. Normativa tècnica: es poden fer consultes al comitè de l'Associació Brasileira de Normes Tècniques (ABNT), les dades de la qual són aquestes:
www.abnt.org.br.

3. Certificació de productes: orientació sobre el procés per a la certificació de productes, normes tècniques, reglaments tècnics i de qualitat a l'Institut Nacional de Metrologia, Normalització i Qualitat Industrial (INMETRO). La seva pàgina web és www.inmetro.gov.br.

