

4

Caracterização do Estudo Prático

Neste capítulo serão apresentados o setor farmacêutico e sua cadeia de suprimentos de forma a familiarizar o leitor sobre este ramo da economia. Além disto, será apresentada a empresa na qual o estudo prático desta dissertação foi feito. O objetivo deste capítulo então é apresentar estes dois conceitos para caracterizar o estudo de caso que seguirá nos capítulos seguintes.

4.1

O Setor Farmacêutico e sua Cadeia de Suprimentos

O setor farmacêutico é considerado uma das indústrias mais globalizadas e das mais antigas no processo de difusão da produção e comercialização por todo o mundo, processo este iniciado ainda na década de 20 do século passado, quando os países exportadores estavam com suas forças industriais voltadas ao setor bélico por conta da segunda grande guerra (MORAIS, 2005).

Morais (2005), ainda menciona que em meados da década de 50 já se poderia encontrar cerca de 600 empresas instaladas no Brasil, entretanto, o crescimento desorganizado destas empresas fez com que este número decrescesse até meados dos anos 90, quando a globalização, o aumento da concorrência e a liberação dos preços fez com que a indústria farmacêutica nacional voltasse a crescer e se a estruturar.

De acordo com Pinheiro (2005), os efeitos da globalização da economia provocam um aumento considerável de competitividade no setor farmacêutico, da mesma forma que determinam um novo e imperioso ajustamento da atividade comercial deste setor perante às novas regras de comércio no cenário nacional e mundial, o que tornou os processos produtivos cada vez mais complexos para o setor.

Como é dito por Moraes (2005):

“Ao comprar um medicamento, não se imagina o longo e custoso caminho percorrido pela indústria farmacêutica para inventar, desenvolver e produzir fármacos para a saúde. Dos laboratórios até as prateleiras dos pontos-de-venda, existe uma história complexa para aqueles que trabalham com a investigação científica.”

Ainda para esta autora, o esforço contínuo para a geração de medicamentos, para pacientes de todo mundo representa desembolso anual de US\$ 50 bilhões em projetos de Pesquisa & Desenvolvimento para a indústria farmacêutica no mundo.

No que tange a realidade brasileira, segundo Pinheiro (2005), a atividade comercial farmacêutica é bastante peculiar e exige do investidor conhecimento técnico e normativo, em virtude do controle e da fiscalização que lhe são exercidos pelo poder público.

Alguns dados apresentados por Morais (2005) comprovam o que foi citado por Pinheiro (2005), são eles: um aumento de 362% em investimentos para este setor nos últimos sete anos segundo o período de realização deste estudo (2005), e um valor médio de R\$ 294 milhões (dados de Febrafarma, *Apud* Morais 2005) destinados à melhoria da infra-estrutura operacional, ampliação do parque industrial, incorporação de novas tecnologias de produção, adequação às Boas Práticas Farmacêuticas Internacionais, modernização do parque computacional, sofisticação de laboratórios, desenvolvimento de programas de qualidade, aquisição de equipamentos, entre outros.

Diante de tamanha importância apresentada por este setor da economia, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), foi criada pela Lei nº. 9.782 de 26 de janeiro de 1999 sob regime de autarquia especial para controlar e fiscalizar a atividade comercial farmacêutica (PINHEIRO, 2005).

A partir de então, cada estabelecimento comercial farmacêutico depende de autorização de funcionamento do Ministério da Saúde, conforme prevê o artigo 51 da Lei nº. 6.360 de 23 de janeiro de 1976. No caso de existir mais de um estabelecimento na mesma localidade pertencente à mesma empresa, cada estabelecimento terá licença específica e independente. As infrações à legislação sanitária federal e as sanções respectivas estão configuradas na Lei nº. 6.437 de 24 de agosto de 1977 (PINHEIRO 2005).

Pinheiro (2005) afirma que este setor tem demonstrado bastante rentabilidade, apesar das turbulências do mercado econômico e financeiro, pois

seu desempenho está bem acima da média da maioria das atividades de outros setores. Outros dados apontados por Moraes (2005) ressaltam a grandeza da participação deste setor industrial na movimentação da economia nacional, afirmando que:

“o segmento constitui-se também em instrumento de progresso e geração de recursos para o desenvolvimento nacional. O volume de impostos federais e estaduais recolhidos ultrapassa a marca de R\$ 1 bilhão, o que coloca o setor em segundo lugar no *ranking* entre as indústrias que mais pagam impostos (ICMS, PIS, Cofins) – atrás apenas da Indústria do Tabaco e ao lado das montadoras do setor automotivo. Trata-se de uma contribuição superior a R\$ 1 bilhão anuais. Em números gerais, o setor farmacêutico mundial é responsável por uma receita anual que ultrapassa US\$ 363 bilhões e destina mais de US\$ 50 bilhões a estudos para a descoberta e produção de medicamentos. São esses recursos, aliados à elevada qualificação dos profissionais envolvidos nas pesquisas, que asseguram em todo o mundo o surgimento de novas gerações de medicamentos cada vez mais eficazes.”

Por fim, outro aspecto que credencia este setor como de grande importância à economia brasileira é sua contribuição sócio-econômica no que diz respeito à geração de empregos diretos e indiretos. Moraes (2005) afirma que entre 1994 e 2000 o setor farmacêutico registrou aumento de 37% no número de funcionários que trabalham diretamente neste setor. Em contraposição, houve uma queda de 41% na variação do nível de emprego no Brasil, segundo dados do IBGE. E o setor é responsável não apenas pela geração de empregos diretos como também ao longo da cadeia de suprimentos e produtiva. Aos 23 mil empregos diretos gerados pelo setor, somam-se mais de 50 mil postos de trabalhos indiretos.

Entretanto, a evolução deste setor não é notada apenas em seu volume de recursos destinados à P&D ou por sua contribuição tributária e social. A linha de frente desta atividade (lojas/farmácias) também experimentaram alterações recentes. Uma constatação é a formação de numerosas redes de farmácias, que deixaram de ser lojas isoladas.

Segundo Machline e Amaral (1998), a população consumidora notou também que algumas farmácias permanecem abertas 24 horas; muitas ostentam requintes de elegância; o arranjo físico se afasta do que dominava nas antigas “pharmácias” e boticas: os medicamentos são dispostos de forma compacta em prateleiras abertas, no fundo e nas laterais, enquanto o centro da loja está repleto

de gôndolas de cosméticos e artigos de higiene pessoal, mostrando que este setor tem evoluído a forma como se apresenta.

É claro que uma boa estruturação como esta requer um “preço” para se manter ou aumentar seu bom nível de funcionamento. Assim, 18,5% do valor das vendas do setor são reaplicados em pesquisas. Entretanto, nada disso seria possível sem a proteção legal proporcionada pela Lei das Patentes, que garantem respeito à propriedade intelectual, um direito universalmente reconhecido. Segundo a Lei Internacional das Patentes, um laboratório é dono do procedimento (fórmula), por um determinado período que varia entre 15 e 20 anos. É o que certifica a Organização Mundial do Comércio (OMC), pelo acordo *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs) – Aspectos Comerciais da Propriedade Intelectual (MORAIS 2005).

Porém este período, que varia de 15 a 20 anos, não corresponde apenas ao período de exclusividade de mercado do produto, mas engloba também boa parte do longo tempo consumido com Pesquisa & Desenvolvimento, processo este que se pode estender por até 12 anos. O citado autor afirma que o prazo de proteção de uma patente, por sua vez, começa a vigorar a partir do dia do depósito da patente da molécula pelo laboratório. Morais (2005) ainda defende que “nesse contexto, uma vez que nessa condição não tem concorrente, é natural que o laboratório que patenteou o princípio ativo busque maximizar seus ganhos e amortizar os custos da pesquisa de anos, podendo impor o preço ao mercado.”

Já no que se refere à cadeia de suprimentos deste setor, a Figura 7 faz uma boa alusão a esta. A cadeia de suprimentos do setor farmacêutico se estende desde os fornecedores de matérias-primas (fármacos) até o consumidor final, passando pelos fabricantes (laboratórios), que entregam medicamentos diretamente às redes ou, indiretamente, por meio de distribuidores. O segmento institucional (hospitais, centros de saúde, secretarias públicas estaduais e municipais de saúde), ao lado das farmácias, constitui importante mercado. As farmácias compram, geralmente, também produtos de higiene pessoal e cosmético diretamente dos fabricantes (MACHLINE e AMARAL 1998).

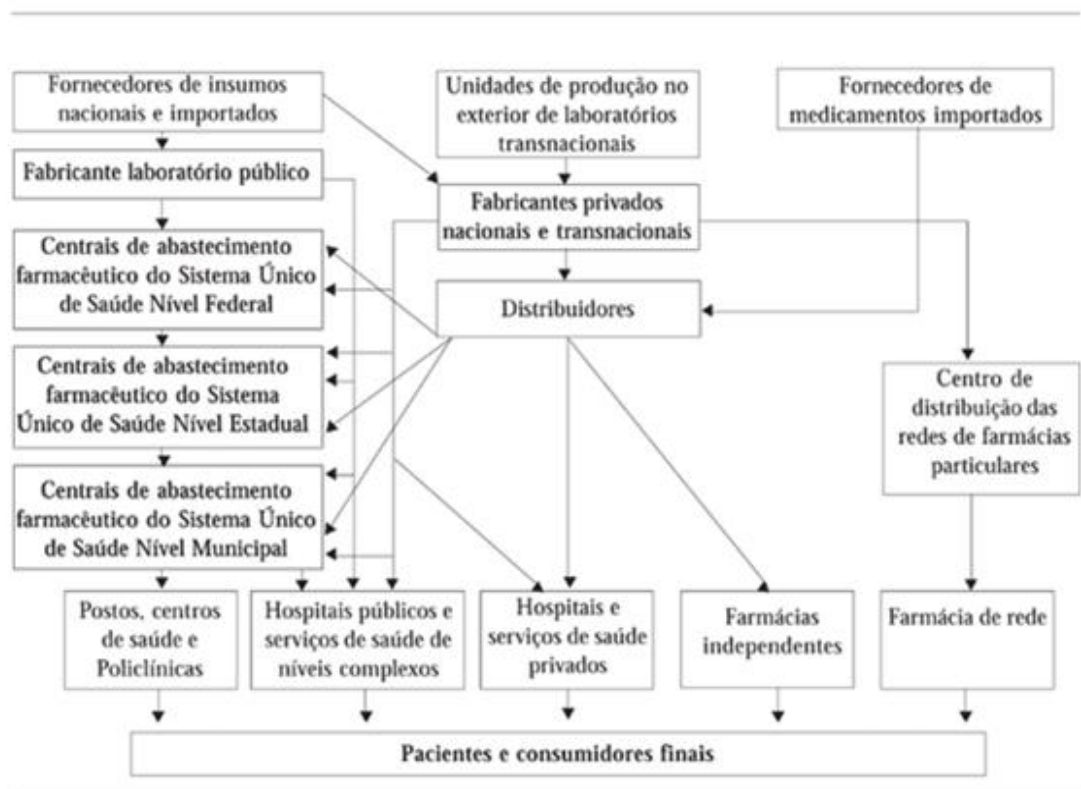


Figura 7 Cadeia de suprimentos do setor farmacêutico

Fonte: Reis e Perini (2008)

Ainda segundo Machline e Amaral (1998), os fabricantes e distribuidores entregam os medicamentos ao depósito central da rede, que estoca os produtos e os aloca às lojas, que, por sua vez, os disponibilizam aos clientes. Esta movimentação logística pode ser vista na Figura 8 que representa a cadeia logística que prevalece no setor farmacêutico.

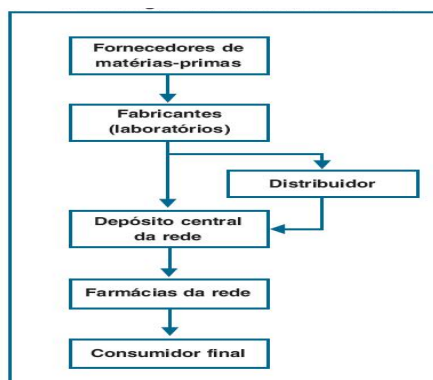


Figura 8 – Cadeia logística na rede farmacêutica

Fonte: Machline e Amaral (1998)

4.2

A Empresa em Estudo

Esta seção apresenta a empresa foco do estudo prático. Deste modo, uma breve descrição do histórico da empresa será apresentada para que posteriormente sua estrutura organizacional seja apresentada.

A empresa em estudo está sediada na Tv. Quintino Bocaiúva, 381 – Bairro: Reduto na cidade de Belém do Pará e seu histórico coincide com a trajetória de seu fundador, Pedro de Castro Lazera. Pedro Lazera trabalhou por 15 anos nos Correios e percebeu que não era aquilo que ele aspirava. Assim, ingressou em outro ramo em 1946, o Comércio Farmacêutico. Primeiramente foi propagandista de remédios e, posteriormente, vendedor. Visitava médicos para explicar bulas de remédios e viajava bastante. Passou quase dez anos como vendedor, propagandista, e viajante. Seus méritos, como vendedor, foram reconhecidos ao ser convidado para assumir a Gerência de um dos mais importantes laboratórios, o Labofarma. Seu horizonte se ampliou. Passou a dar apoio a três Estados (Pará, Amazonas e Maranhão), e a todos os territórios amazônicos. Entretanto, aos 41 anos de idade resolveu partir para seu próprio negócio e se estabelecer em Belém do Pará. Foi quando fundou a Imifarma Representações Limitadas.

A expansão foi em curto prazo e logo houve a mudança de firma limitada para sociedade anônima, como o é hoje em dia a Imifarma conhecida pelo seu nome completo. Imifarma Produtos Farmacêuticos e Cosméticos S/A. A diversificação foi outra necessidade. Além de produtos farmacêuticos, abriu o leque para cosméticos e produtos de beleza. Para prestar um bom atendimento aos clientes, percebeu que o importante era a proximidade com a clientela. Assim a Imifarma fechou o circuito, abrindo filiais em São Luís do Maranhão e em Manaus.

A Imifarma possuía características atacadistas e distribuía seus produtos para uma variedade de clientes. Entretanto, quando um de seus clientes, em forma de pagamento, cedeu algumas farmácias à Imifarma, surgiu a visão de verticalizar ainda mais a cadeia. Criou-se a rede de farmácias ExtraFarma, que se disseminou no mercado paraense e nos estados vizinhos, a fim de ganhar esta fatia do varejo farmacêutico. Hoje a direção da Imifarma se depara com um desafio de conseguir

quebrar a barreira da tradição atacadista e se envolver com o mercado varejista, cada dia mais competitivo. (IMIFARMA S/A, 2009)

O cenário atual da empresa em Belém/PA é composto por um grande centro de distribuição e mais 72 farmácias, sendo que este CD não somente abastece com seus produtos (remédios, alimentos, bebidas, cosméticos, entre outros) as 72 lojas pertencentes à empresa (utilizando frota de veículos de propriedade da própria empresa) como também a outros clientes (entre eles, os pequenos estabelecimentos farmacêuticos e até mesmo seu principal concorrente neste setor dentro do mercado paraense).

É oportuno desde já mencionar que, pelo fato do CD e das lojas em estudo pertencerem à mesma empresa, os custos de processamento do pedido (custo de pedir, custos de transporte, etc) e suas burocracias (“papelada de pedido”, abertura de licitações, pesquisa de mercado, etc.) não existem, pois não há necessidade para isto. Entretanto, como já mencionado, os processos logísticos que envolvem esta empresa e a cadeia da qual faz parte serão apresentados com maior riqueza de detalhes no próximo capítulo (Capítulo 5).