Ampliando a Inserção Internacional dos Setores Farmoquímico e Farmacêutico Brasileiros: Alternativas Estratégicas

Virgínia Eickhoff Haag
Hélio Henkin

SINDUSFARMA

abiquifi

ApexBrasil

AMPLIANDO A INSERÇÃO INTERNACIONAL DOS SETORES FARMOQUÍMICO E FARMACÊUTICO BRASILEIROS: ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS

AMPLIANDO A INSERÇÃO INTERNACIONAL DOS SETORES FARMOQUÍMICO E FARMACÊUTICO BRASILEIROS: ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS

REALIZAÇÃO:

SINDUSFARMA
SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

abiquifi
Associação Brasileira da Indústria Farmoquímica e de Insumos Farmacêuticos

ApexBrasil
AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS

São Paulo, agosto de 2013

Entidades Coordenadoras do Estudo
Sindusfarma
Abiquifi

Entidades Apoiadoras do Estudo
Sindusfarma
Abiquifi
Apex - Brasil

Coordenação Técnica
Luiz Antonio Diório – Gerente de Economia - Sindusfarma
Natália Porto – Coordenadora de projetos internacionais - Abiquifi

Colaboração Técnica
Nelson Augusto Mussolini – Presidente Executivo Sindusfarma
José Correia da Silva – Presidente do Conselho da Abiquifi

Autores
Virgínia Eickhoff Haag – Global Compass
Hélio Henkin – Pesquisador Convidado

Colaboração nas Entrevistas
Iva Cardinal

Empresas Entrevistadas
Aché
Biolab
Boehringer
Cristália
EMS
Eurofarma
Genix
KinMaster
Nortec
Pfizer
União Química

Supervisão: Luiz Antonio Diório

Coordenação Editorial: Dan Gedankien

Diagramação e Editoração: LCT Informática Editorial

Projeto Gráfico: Negrito Produção Editorial

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Haag, Virgínia Eickhaff
Ampliando a inserção internacional dos setores farmoquímico e farmacêutico brasileiros : alternativas estratégicas / Virgínia Eickhaff Haag, Hélio Henkin. – 1. ed. – São Paulo : SINDUSFARMA, 2013.

ISBN: 978-85-60162-44-4

1. Brasil - Comércio exterior 2. Exportações - Brasil 3. Indústria farmacêutica - Brasil 4. Medicamentos - Comércio - Brasil I. Henkin, Hélio. II. Título.

13-07756 CDD-382.4561510981

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Produtos farmacêuticos : Exportações : Comércio internacional 382.4561510981

Índice

Apresentação 13

1. Introdução: Características e Estratégias do Setor 17

1.1 Características estruturais e concorrenciais dos setores farmoquímico e farmacêutico 17

1.2 Dimensão e localização dos setores farmoquímico e farmacêutico no Brasil 24

2. Análise das Exportações Brasileiras de Produtos Farmoquímicos e Farmacêuticos: Evolução e Perspectivas 33

2.1 Setores farmoquímico e farmacêutico no Brasil: evolução recente da inserção externa 33

2.2 Principais produtos de exportação da pauta brasileira 37

2.3 Principais destinos das exportações brasileiras de farmoquímicos e produtos farmacêuticos 46

2.4 Evolução do comércio mundial no período 53

3. Análise de Mercados-Alvo Selecionados para a Inserção Externa dos Setores Brasileiros Farmoquímico e Farmacêutico 59

3.1 Análise comparativa da dimensão e do dinamismo dos mercados farmacêuticos do Brasil e de países selecionados como alvo para estratégias de exportação 59

3.2 Análise das principais categorias terapêuticas nos mercados dos países selecionados 64

4. Caracterização Geral da Internacionalização do Setor Farmoquímico e Farmacêutico Presente no Brasil: Evolução e Perspectivas 85

4.1 A Exportação – Situação atual e visão de futuro 88

4.2 Situação atual e visão de futuro do processo de internacionalização 96

4.3 Diferenciais competitivos das empresas entrevistadas no mercado internacional 101

4.4 Fatores motivadores e facilitadores do processo de exportação e internacionalização das empresas 104

4.5 Desafios do processo de exportação e internacionalização das empresas 108

5. Conclusões e considerações finais 117

6. Referências Bibliográficas 127

Índice de Tabelas

Tabela 1 - *Brasil - Número de Estabelecimentos na Indústria Farmoquímica* **25**

Tabela 2 - *Brasil - Número de Estabelecimentos na Indústria Farmoquímica - Proporções das Principais Unidades da Federação* **25**

Tabela 3 - *Brasil - Número de Empregos na Indústria Farmoquímica - Total e Principais Unidades da Federação* **26**

Tabela 4 - *Brasil - Número de Empregos na Indústria Farmoquímica - Proporções das Principais Unidades da Federação* **27**

Tabela 5 - *Brasil - Número de Estabelecimentos na Fabricação de Medicamentos para Uso Humano - Total e Principais Unidades da Federação* **28**

Tabela 6 - *Brasil - Número de Estabelecimentos na Fabricação de Medicamentos para Uso Humano - Proporções das principais Unidades da Federação* **29**

Tabela 7 - *Brasil - Número de Empregos na Fabricação de Medicamentos para Uso Humano - Total e Principais Unidades da Federação* **30**

Tabela 8 - *Brasil - Número de Empregos na Fabricação de Medicamentos para Uso Humano - Proporção das Principais Unidades da Federação* **31**

Quadro 1 - *Descrição das Posições da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) referentes a produtos farmoquímicos, insumos farmacêuticos e produtos farmacêuticos que integram o presente estudo* **35**

Tabela 9 - *Brasil - Dez Principais Produtos Farmoquímicos Exportados 2007-2011 (em US$ FOB)* **39**

Tabela 10 - *Brasil – Participação dos Dez Principais Produtos no Total da Exportação de Farmoquímicos 2007-2011 (em %)* **40**

Tabela 11 - *Brasil - Dez Principais Produtos Farmacêuticos Exportados 2007-2011 (em US$ FOB)* **42**

Tabela 12 - *Brasil - Participação dos Dez Principais Produtos no Total de Exportação de Produtos Farmacêuticos 2007-2011* **43**

Tabela 13 - *Brasil - Dados Comparativos de Exportações de Farmoquímicos, Produtos Farmacêuticos e Produtos Industrializados 2007-2011* **45**

Tabela 14 - *20 Principais Destinos das Exportações Brasileiras de Produtos Farmoquímicos no Período 2007-2011 (Valor em US$)* **47**

Tabela 15 - *Participação dos 20 Principais Destinos das Exportações Brasileiras de Produtos Farmoquímicos no Período 2007-2011 (em %)* **48**

Tabela 16 - *20 Principais Destinos das Exportações Brasileiras de Produtos Farmacêuticos no Período 2007-2011 (Valor em US$)* **51**

Tabela 17 - *Participação dos 20 Principais Destinos das Exportações brasileiras de Produtos Farmacêuticos no Período 2007-2011 (em %)* **52**

Tabela 18 - *Comércio Mundial de Produtos Farmoquímicos (Química Orgânica)Evolução do Ranking dos Maiores Exportadores 2007-2011* **55**

Tabela 19 - *Comércio Mundial de Produtos Farmacêuticos - Evolução do Ranking dos Maiores Exportadores 2007-2011* **57**

Tabela 20 - *Dimensão do Mercado Farmacêutico em Países Selecionados Unidades Vendidas no Varejo em 2011 (em milhares)* **60**

Tabela 21 - *Taxa de Crescimento de Unidades Vendidas no Mercado Farmacêutico em Países Selecionados no Período 2007- 2011 (%)* **61**

Tabela 22 - *Dimensão do Mercado Farmacêutico em Países Selecionados - Valor das Vendas no Varejo em 2011 (em US$ mil)* **62**

Tabela 23 - *Taxa de Crescimento do Valor das Vendas no Mercado Farmacêutico em Países Selecionados no Período 2007-2011 (%)* **63**

Tabela 24 - *Alemanha Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **65**

Tabela 25 - *Brasil Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **67**

Tabela 26 - *Espanha Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **69**

Tabela 27 - *Rússia Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **71**

Tabela 28 - *México Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **73**

Tabela 29 - *Venezuela Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **75**

Tabela 30 - *Argentina Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **77**

Tabela 31 - *África do Sul Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **79**

Tabela 32 - *Arábia Saudita Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **81**

Tabela 33 - *Colômbia Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011* **83**

Apresentação

O presente estudo tem como objetivo avaliar a evolução e as perspectivas da inserção internacional dos setores farmoquímico e farmacêutico brasileiros, identificando alternativas e novas possibilidades, quer no campo da estratégia empresarial, quer no que tange às políticas de desenvolvimento industrial e de comércio exterior. Para tanto, o mesmo divide-se em cinco seções. Na seção 1, o estudo parte de uma análise das características estruturais e concorrenciais dos setores farmoquímico e farmacêutico, com base nas quais se busca identificar os requisitos competitivos que se apresentam como condições para a boa *performance* das empresas destes setores, tanto no mercado nacional quanto no mercado internacional. Nesta mesma seção, são apresentados dados quantitativos acerca da dimensão e localização dos setores farmoquími-

co e farmacêutico no Brasil. Na seção 2, busca-se analisar a evolução das exportações brasileiras de produtos farmoquímicos e farmacêuticos, identificando os principais produtos da pauta de exportações brasileira e os principais destinos das exportações. Busca-se evidenciar o dinamismo destes setores no contexto das exportações brasileiras de produtos industrializados. Além disso, a seção 2 contém uma análise dos fluxos de exportação mundiais, identificando os países que são principais *players* globais nestes setores.

Na seção 3, são destacados alguns países-alvo das exportações brasileiras, procurando-se evidenciar a dimensão e o crescimento destes mercados para os produtos farmacêuticos. Adicionalmente, apresentam-se as principais categorias terapêuticas nos mercados dos países selecionados. Na seção 4, apresentam-se os resultados de pesquisa de campo realizada com uma amostra representativa das empresas que hoje atuam no mercado internacional. O objetivo desta seção foi fazer uma caracterização geral da internacionalização dos setores farmoquímico e farmacêutico, identificando as estratégias e competências organizacionais acumuladas pelas empresas, bem como avaliando o desempenho e a perspectiva de superação dos desafios mais importantes para o processo de exportação e internacionalização das empresas. Na seção 5, além de se fazer uma síntese das principais conclusões do estudo, são apresentadas sugestões e recomendações para o segmento empresarial e para os formuladores de políticas públicas para os setores. Ao longo do estudo, fica evidente que há um potencial de expansão da inserção externa das empresas dos setores farmoquímico e farmacêutico brasileiros. A trajetória da inserção externa nestes setores tem sido positiva, mas há um grande espaço a ocupar, especialmen-

te se for levado em consideração o fato de que se trata de um mercado dinâmico, com demanda que tende a crescer internacionalmente, na esteira das alterações econômicas e demográficas que se verificam internacionalmente, com o aumento das expectativas de vida e da longevidade em vários países do mundo. Uma combinação adequada das competências organizacionais em evolução nas empresas brasileiras com uma formulação e implementação mais avançadas e específicas às necessidades do setor pode produzir efeitos importantes, com benefícios para a economia e para a sociedade brasileira.

1 Introdução: Características e Estratégias do Setor

1.1 Características estruturais e concorrenciais dos setores farmoquímico e farmacêutico

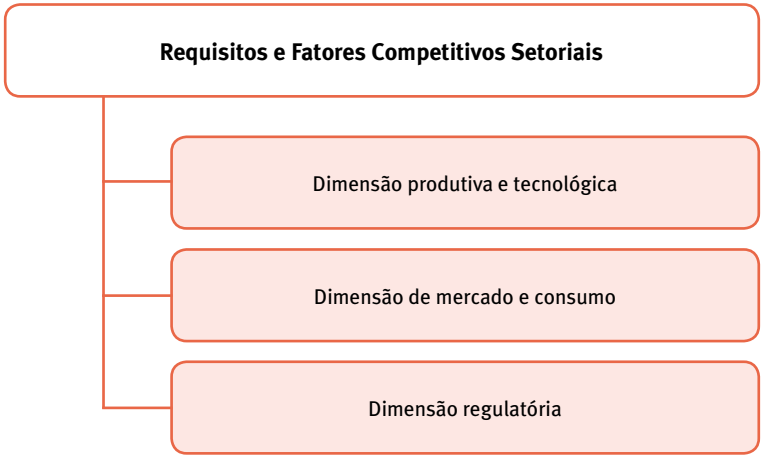
A elaboração e a implementação de programas de promoção comercial e inserção externa das empresas requer que sejam identificados os fatores competitivos que caracterizam o setor ao qual pertencem as empresas.[1] Estes fatores competitivos podem ser interpretados como requisitos a serem atendidos pelas empresas no seu esforço concor-

1 A análise de fatores competitivos é utilizada de forma ampla nos estudos sobre competitividade, quer no Brasil, quer no exterior. Trata-se de um esquema conceitual que procura estabelecer quais fatores devem ser levados em consideração quando se busca analisar as condições competitivas de um setor ou de uma empresa em determinado país. Esta análise, quando utilizada em cada empresa, terá características específicas e alguns fatores serão mais relevantes do que outros, dependendo da estratégia competitiva adotada em cada empresa. Esta análise está baseada em literatura consagrada na área de competitividade. Ver Ferraz (1996), Coutinho e Ferraz (1995), Porter (1980) e Besankoetalli (2006).

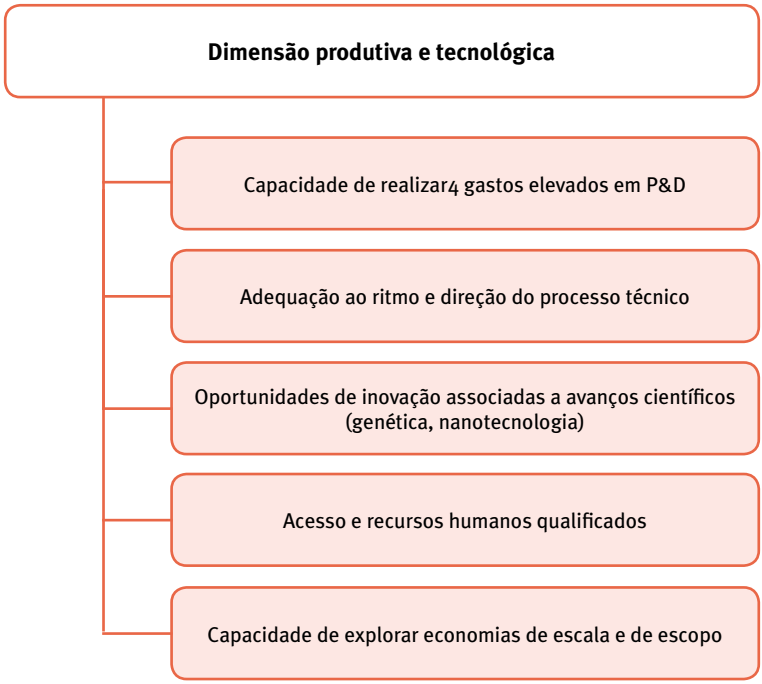
rencial. Neste sentido, cabe à empresa ampliar e converter seus recursos financeiros e técnicos para desenvolver competências organizacionais que correspondam a uma melhor adequação à especificidade dos requisitos daquele setor.

Um dos desafios importantes na caracterização dos fatores competitivos setoriais é considerar a heterogeneidade que eventualmente caracteriza um determinado setor. No caso do setor farmacêutico, esta heterogeneidade está presente de tal modo que podem ser identificados subconjuntos ou grupos de empresas que possuem estratégia e estrutura organizacional distintas (por exemplo: empresas com posicionamento estratégico voltado à inovação e lançamento de produtos, em contraste com empresas que exploram o segmento de produtos farmacêuticos genéricos; ou, ainda, empresas de pequeno porte que trabalham com produtos tradicionais da farmacologia).

Apesar desta heterogeneidade, é possível identificar e analisar fatores setoriais que se destacam como determinantes da capacidade competitiva das empresas. A seguir, descrevem-se fatores setoriais em três dimensões:



Na dimensão produtiva e tecnológica, pode-se afirmar que a capacidade competitiva das empresas será tanto maior quanto mais elas atenderem os requisitos associados às características setoriais, destacando-se:

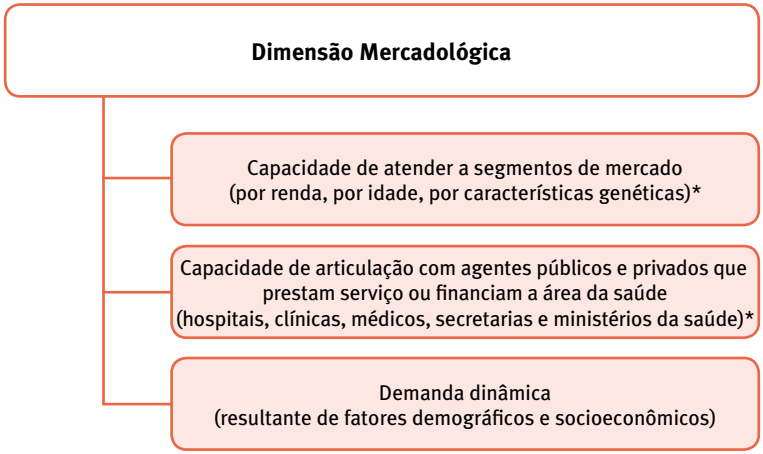


A relação entre estes fatores e o esforço exportador é bidirecional. De um lado, é evidente que alguns dos requisitos acima listados traduzem-se em um conjunto de exigências para sua inserção externa. De acordo com o tipo de posicionamento estratégico adotado pela empresa (por exemplo, se atua exclusivamente no segmento de genéricos ou não), um conjunto maior ou menor destes fatores prevalecerá.

Por outro lado, o esforço exportador pode contribuir de forma significativa para permitir que tais fatores ou requi-

sitos sejam atendidos (ou, em outros termos, que se cubram as despesas associadas ao atendimento de boa parte destes requisitos).

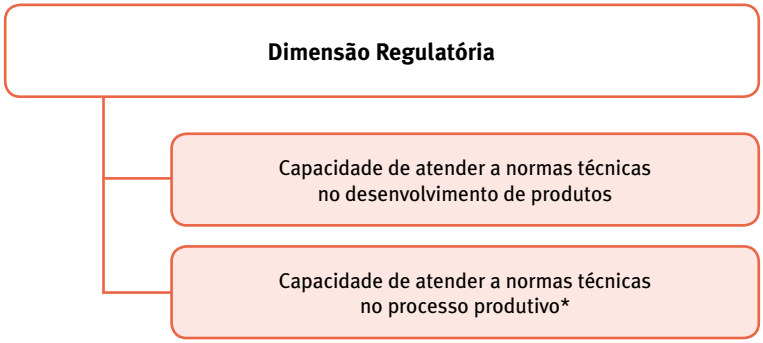
Na dimensão mercadológica, são identificadas características específicas dos mercados (demanda) para produtos farmacêuticos e farmoquímicos, as quais requerem que as empresas desenvolvam competências específicas para se adequarem ao processo de concorrência e para obterem rentabilidade da sua atividade produtiva. Destacam-se aqui as seguintes características[2]:



A terceira dimensão de análise é a regulatória, que se refere a normas (e incentivos) que as empresas devem atender (aproveitar) para viabilizar sua expansão de mercado. No caso do esforço exportador, as normas e exigências de certificação variam de acordo com o país-alvo, o que requer uma avaliação das empresas quanto às relações custo-bene-

2 Os itens marcados com asterisco são aqueles que afetam mais substancialmente as empresas farmacêuticas do que farmoquímicas. Os demais estão presentes de forma significativa nos dois setores.

fício do ingresso em determinados mercados, bem como um esforço governamental de apoio e financiamento na busca das certificações e licenças que as empresas precisam obter e que correspondem a investimentos em montantes significativos. Os fatores regulatórios podem ser os seguintes:



Nos setores farmoquímicos e farmacêuticos, pode-se identificar um **padrão de concorrência**, que é constituído pelas formas de concorrência predominante ou regularmente encontradas nestes setores. A mais proeminente e tipicamente associada com estes setores é a inovação, amparada em esforços de pesquisa e desenvolvimento (P&D), usualmente capazes de absorver elevados recursos dos orçamentos das empresas.

Associada à estratégia contínua de inovação, está presente a busca de patentes industriais, que visam assegurar um retorno adequado ao gasto realizado nas pesquisas voltadas a gerar inovação.

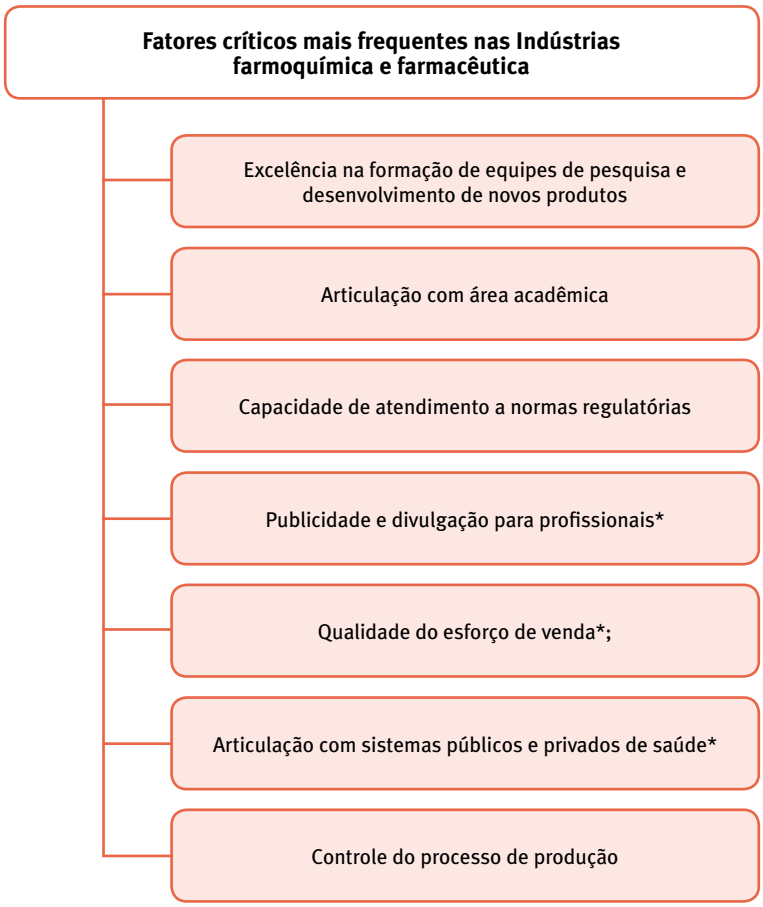
Além da inovação baseada em pesquisa científica e tecnológica, o esforço de divulgação técnica a profissionais da área da saúde, realizada por representantes das empresas, também é uma forma de concorrência típica do padrão de concorrência nestes setores (principalmente no farmacêutico).

Em muitos casos, o esforço de venda técnica é apoiado e complementado por estratégias de consolidação de marca.

Finalmente, as estratégias de aquisições e fusões são tipicamente encontradas nos setores farmoquímico e farmacêutico, quer com a finalidade de ampliar e integrar sinergicamente as estruturas de P&D, quer para obter *know-how* e patentes existentes.

É importante observar que a estratégia competitiva das empresas em geral corresponde a uma escolha de posicionamento no mercado que elege algumas das formas de concorrência ou propõe uma gradação específica a elas. Um exemplo muito presente é a empresa que escolhe a produção de produtos não patenteados ou que aproveitem leis específicas (como a de genéricos). De fato, estas empresas estão escolhendo um posicionamento que deliberadamente reduz de forma significativa os esforços de P&D, enfatizando mais esforços de consolidação da marca da empresa do que do produto.

A partir da análise de requisitos e fatores competitivos, bem como da definição e identificação de padrão de concorrência setorial, pode-se analisar os fatores críticos mais frequentes nos setores farmoquímico e farmacêutico. Trata-se de atributos que as empresas devem possuir para obter êxito no processo de competição, os quais são decorrentes das suas escolhas de posicionamento estratégico.



Os setores brasileiros farmoquímico e farmacêutico encontram-se diante de fortes desafios, porque as empresas dos países mais desenvolvidos possuem uma acumulação de competências técnicas e organizacionais em função de sua trajetória histórica e por disporem de condições sistêmicas mais favoráveis. No caso das subsidiárias brasileiras de empresas multinacionais, o desafio é o de transformar ou consolidar o Brasil como plataforma de exportação para

países mais próximos geograficamente ou para aproveitar acordos comerciais que facilitem a exportação de produtos farmacêuticos fabricados no Brasil.

1.2 Dimensão e localização dos setores farmoquímico e farmacêutico no Brasil

Os setores farmoquímicos e farmacêuticos possuem participação importante no setor de transformação brasileiro em termos de Valor da Transformação Industrial (VTI); de acordo com a Pesquisa Industrial Anual (PIA-IBGE), a participação destes setores no VTI do setor de transformação atingiu 2,54%, enquanto em termos de pessoal ocupado esta participação ficou em 1,3%. Considerando o grau de diversificação do setor brasileiro de transformação, estas proporções são significativas.

De acordo com os dados da RAIS, o número de empresas registradas como integrantes da classificação **CNAE 2110-6** (farmoquímicos) apresentou leve declínio entre os anos de 2007 e 2011. A concentração maior de empresas encontra-se nos Estados de São Paulo, com 30% das empresas do segmento, seguindo-se Rio de Janeiro, Goiás e Minas Gerais como principais Estados produtores de farmoquímicos (ver Tabelas 1 e 2).

TABELA 1
Brasil - Número de Estabelecimentos na Indústria Farmoquímica

	2007	2008	2009	2010	2011
São Paulo	56	55	54	51	51
Rio de Janeiro	24	23	23	23	23
Minas Gerais	18	20	14	17	15
Goiás	17	16	15	18	15
Rio Grande do Sul	13	11	13	10	11
Paraná	13	13	13	10	11
Pernambuco	6	4	7	10	11
Santa Catarina	4	3	5	5	4
Bahia	6	3	3	6	4
Outros	28	24	25	20	26
Total	185	172	172	170	171

CNAE 2110-6
FONTE: RAIS – Ministério do Trabalho e Emprego

TABELA 2
Brasil - Número de Estabelecimentos na Indústria Farmoquímica
Proporções das Principais Unidades da Federação

	2007	2008	2009	2010	2011
São Paulo	30,27%	31,98%	31,40%	30,00%	29,82%
Rio de Janeiro	12,97%	13,37%	13,37%	13,53%	13,45%
Goiás	9,19%	9,30%	8,72%	10,59%	8,77%
Minas Gerais	9,73%	11,63%	8,14%	10,00%	8,77%
Pernambuco	3,24%	2,33%	4,07%	5,88%	6,43%
Rio Grande do Sul	7,03%	6,40%	7,56%	5,88%	6,43%
Paraná	7,03%	7,56%	7,56%	5,88%	6,43%
Outros	15,14%	13,95%	14,53%	11,76%	15,20%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

CNAE 2110-6
Fonte: RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego

Em termos de número de empregos no setor farmoquímico brasileiro, registrou-se taxa de crescimento moderada entre os anos de 2007 e 2011 (cerca de 9%). A concentração do emprego ocorre nos Estados de São Paulo (com mais de 50% do total), Rio de Janeiro, Goiás e Rio Grande do Sul (ver Tabelas 3 e 4).

TABELA 3
Brasil - Número de Empregos na Indústria Farmoquímica
Total e Principais Unidades da Federação

	2007	2008	2009	2010	2011
São Paulo	3.373	3.201	3.321	3.238	3.630
Rio de Janeiro	1.043	1.088	1.105	1.117	1.171
Minas Gerais	197	188	163	169	152
Goiás	321	601	358	448	443
Rio Grande do Sul	204	178	253	253	255
Paraná	230	230	236	149	86
Pernambuco	90	72	94	194	163
Santa Catarina	38	36	51	66	64
Bahia	41	42	36	151	106
Outros	370	270	321	240	358
Total	5.907	5.906	5.938	6.025	6.428

CNAE 2110-6
Fonte: RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego

TABELA 4
Brasil - Número de Empregos na Indústria Farmoquímica
Proporções das Principais Unidades da Federação

	2007	2008	2009	2010	2011
São Paulo	57,10%	54,20%	55,93%	53,74%	56,47%
Rio de Janeiro	17,66%	18,42%	18,61%	18,54%	18,22%
Minas Gerais	3,34%	3,18%	2,75%	2,80%	2,36%
Goiás	5,43%	10,18%	6,03%	7,44%	6,89%
Rio Grande do Sul	3,45%	3,01%	4,26%	4,20%	3,97%
Paraná	3,89%	3,89%	3,97%	2,47%	1,34%
Pernambuco	1,52%	1,22%	1,58%	3,22%	2,54%
Santa Catarina	0,64%	0,61%	0,86%	1,10%	1,00%
Bahia	0,69%	0,71%	0,61%	2,51%	1,65%
Outros	6,26%	4,57%	5,41%	3,98%	5,57%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

CNAE 2110-6
Fonte: RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego

O número de empresas registradas como integrantes da classificação **CNAE 2121-1 (medicamentos para uso humano)** apresentou declínio sensível de mais de 20% entre os anos de 2007 e 2011. A concentração maior de empresas encontra-se nos Estados de São Paulo, com cerca de 40% das empresas do segmento, seguindo-se Minas Gerais, Rio de Janeiro e Goiás como principais Estados produtores de produtos farmacêuticos (ver Tabelas 5 e 6).

TABELA 5
Brasil - Número de Estabelecimentos na Fabricação de Medicamentos para Uso Humano
Total e Principais Unidades da Federação

	2007	2008	2009	2010	2011
São Paulo	253	231	216	205	195
Rio de Janeiro	84	82	76	75	72
Minas Gerais	69	69	67	64	59
Goiás	45	40	44	41	39
Rio Grande do Sul	41	36	34	35	33
Paraná	34	27	27	26	24
Pernambuco	25	21	21	19	18
Santa Catarina	21	21	19	15	14
Bahia	10	7	8	10	8
Outros	84	76	67	60	62
Total	666	610	579	550	524

CNAE 2121-1
Fonte: RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego

TABELA 6
Brasil - Número de Estabelecimentos na Fabricação de Medicamentos para Uso Humano
Proporções das principais Unidades da Federação

	2007	2008	2009	2010	2011
São Paulo	37,99%	37,87%	37,31%	37,27%	37,21%
Rio de Janeiro	12,61%	13,44%	13,13%	13,64%	13,74%
Minas Gerais	10,36%	11,31%	11,57%	11,64%	11,26%
Goiás	6,76%	6,56%	7,60%	7,45%	7,44%
Rio Grande do Sul	6,16%	5,90%	5,87%	6,36%	6,30%
Paraná	5,11%	4,43%	4,66%	4,73%	4,58%
Pernambuco	3,75%	3,44%	3,63%	3,45%	3,44%
Santa Catarina	3,15%	3,44%	3,28%	2,73%	2,67%
Bahia	1,50%	1,15%	1,38%	1,82%	1,53%
Outros	12,61%	12,46%	11,57%	10,91%	11,83%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

CNAE 2121-1
Fonte: RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego

Quanto ao número de empregos no setor brasileiro de medicamentos para uso humano, o número total apresentou crescimento de 7,5% entre os anos de 2007 e 2011. A concentração do emprego ocorre nos Estados de São Paulo (com mais de 50% do total), Rio de Janeiro, Goiás e Minas Gerais (ver Tabelas 7 e 8).

TABELA 7
Brasil - Número de Empregos na Fabricação de Medicamentos para Uso Humano
Total e Principais Unidades da Federação

	2007	2008	2009	2010	2011
São Paulo	40.594	43.622	42.462	42.252	41.941
Rio de Janeiro	7.121	6.529	6.538	6.698	6.635
Minas Gerais	4.664	5.728	5.971	5.999	5.873
Goiás	7.935	7.407	7.999	8.797	9.432
Rio Grande do Sul	1.663	1.835	1.776	1.887	1.815
Paraná	3.004	3.193	3.502	3.299	3.513
Pernambuco	533	424	857	825	860
Santa Catarina	605	621	559	572	615
Bahia	209	243	327	347	419
Outros	3.996	4.053	4.511	4.696	4.550
Total	70.324	73.655	74.502	75.372	75.653

CNAE 2121-1
Fonte: RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego

TABELA 8
Brasil - Número de Empregos na Fabricação de Medicamentos para Uso Humano
Proporção das Principais Unidades da Federação

	2007	2008	2009	2010	2011
São Paulo	57,72%	59,22%	56,99%	56,06%	55,44%
Rio de Janeiro	10,13%	8,86%	8,78%	8,89%	8,77%
Minas Gerais	6,63%	7,78%	8,01%	7,96%	7,76%
Goiás	11,28%	10,06%	10,74%	11,67%	12,47%
Rio Grande do Sul	2,36%	2,49%	2,38%	2,50%	2,40%
Paraná	4,27%	4,34%	4,70%	4,38%	4,64%
Pernambuco	0,76%	0,58%	1,15%	1,09%	1,14%
Santa Catarina	0,86%	0,84%	0,75%	0,76%	0,81%
Bahia	0,30%	0,33%	0,44%	0,46%	0,55%
Outros	5,68%	5,50%	6,05%	6,23%	6,01%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

CNAE 2121-1
Fonte: RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego

2 Análise das Exportações Brasileiras de Produtos Farmoquímicos e Farmacêuticos: Evolução e Perspectivas

2.1 Setores farmoquímico e farmacêutico no Brasil: evolução recente da inserção externa

Os setores farmoquímico e farmacêutico constituem setores dinâmicos da economia mundial. A grande abrangência de suas aplicações práticas e a sua característica intensiva em tecnologia e inovação as tornam estratégicas dentro da estrutura produtiva de um país. De um lado, trata-se do atendimento a necessidades da saúde da população e os efeitos sistêmicos positivos do uso dos produtos farmacêuticos. Por outro lado, além da renda e dos empregos qualificados gerados pelos setores farmoquímico e farmacêutico, os fluxos de exportação são muito significativos e crescentes, acarretando a necessidade de gestão estratégica, para evitar pressões negativas sobre a balança comercial de cada país.

Procura-se a seguir fazer uma análise da evolução das exportações brasileiras no período entre 2007 e 2011 levando em consideração o panorama internacional. São apresentados dados referentes aos principais destinos das exportações brasileiras e é feita uma análise acerca dos principais produtos exportados e seu comportamento para o período em questão. A partir daí, são feitas considerações acerca da evolução das exportações destes segmentos produtivos, comparando-as com as exportações de produtos industrializados. Por fim, é feita uma análise do comércio internacional para o período 2007-2011, destacando os principais países exportadores, bem como seu comportamento nos últimos anos.

Para a presente análise são considerados dois subsetores do complexo farmacêutico nacional: os farmoquímicos e os produtos farmacêuticos. Os primeiros são constituídos, majoritariamente, por princípios ativos e insumos para fabricação de produtos farmacêuticos, enquanto os últimos abrangem os produtos farmacêuticos já desenvolvidos. Em ambos os casos é utilizada a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), sistema harmonizado internacionalmente de classificação de mercadorias, que possibilita a análise para os diferentes países.

Devido à diversidade de componentes do segmento de farmoquímicos, utiliza-se a desagregação de 8 dígitos, o que permite melhor especificação dos produtos que compõem o setor. Dessa forma, foram identificados 131 códigos que correspondem a produtos do setor. Destes, 107 pertencem ao capítulo 29, que abrange os "produtos químicos orgânicos". Os capítulos 28, 30, 35 e 39 também apresentam alguns produtos, mas em menor escala. Estes capítulos incorporam, respectivamente, "produtos e compostos químicos inorgânicos"; "produtos farmacêuticos"; "produtos à base de

amidos ou de féculas, bem como materiais albuminoides" e, por último, "plásticos e seus derivados". Com relação aos produtos farmacêuticos, também foi utilizada uma desagregação por 8 dígitos, sendo que o capítulo 30 concentra a totalidade dos produtos, que se subdividem das posições 3002 a 3006 (ver Quadro 1).

QUADRO 1
Descrição das Posições da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) referentes a produtos farmoquímicos, insumos farmacêuticos e produtos farmacêuticos que integram o presente estudo

Posição/ Classe	Descrição
12.11	Plantas, partes de plantas, sementes e frutos das espécies utilizadas principalmente em perfumaria, medicina ou como inseticidas, parasiticidas e semelhantes, frescos ou secos, mesmo cortados, triturados ou em pó.
1302.1	Sucos e extratos vegetais.
15.04	Gorduras, óleos e respectivas frações, de peixes ou de mamíferos marinhos, mesmo refinados, mas não quimicamente modificados.
15.16	Gorduras e óleos animais ou vegetais e respectivas frações, parcial ou totalmente hidrogenados, interesterificados, reesterificados ou elaidinizados, mesmo refinados, mas não preparados de outro modo.
2106.90.30	Complementos alimentares.
28.27	Cloretos, oxicloretos e hidroxicloretos; brometos e oxibrometos; iodetos e oxi-iodetos.
28.36	Carbonatos; peroxocarbonatos (percarbonatos); carbonato de amônio comercial que contenha carbamato de amônio.
28.41	Sais dos ácidos oxometálicos ou peroxometálicos.
29.04 a 29.41	Diversos produtos químicos orgânicos que se localizam entre as Posições 29.04 e 29.41.
30.01	Glândulas e outros órgãos para usos opoterápicos, dessecados, mesmo em pó; extratos de glândulas ou de outros órgãos ou das suas secreções, para usos opoterápicos; heparina e seus sais; outras substâncias humanas ou animais preparadas para fins terapêuticos ou profiláticos não especificadas nem compreendidas noutras posições.

CONTINUA NA PRÓXIMA PÁGINA ›

› CONTINUAÇÃO DA PÁGINA ANTERIOR

Posição/ Classe	Descrição
30.02	Sangue humano; sangue animal preparado para usos terapêuticos, profiláticos ou de diagnóstico; antissoros, outras frações do sangue e produtos imunológicos, mesmo modificados ou obtidos por via biotecnológica; vacinas, toxinas, culturas de microrganismos (exceto leveduras) e produtos semelhantes.
30.03	Produtos farmacêuticos (exceto os produtos das posições 30.02, 30.05 ou 30.06) constituídos por produtos misturados entre si, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos, mas não apresentados em doses nem acondicionados para venda a retalho.
30.04	Produtos farmacêuticos (exceto os produtos das posições 30.02, 30.05 ou 30.06) constituídos por produtos misturados ou não misturados, preparados para fins terapêuticos ou profiláticos, apresentados em doses (incluindo os destinados a serem administrados por via percutânea) ou acondicionados para venda a retalho.
30.05	Pastas (*ouates*), gazes, ataduras e artigos análogos (por exemplo, curativos (pensos), esparadrapos, sinapismos), impregnados ou recobertos de substâncias farmacêuticas ou acondicionados para venda a retalho para usos medicinais, cirúrgicos, dentários ou veterinários.
30.06	Preparações e artigos farmacêuticos.
3304.99.10	Cremes de beleza e cremes nutritivos; loções tônicas.
3304.99.90	Outros produtos de beleza e maquiagem e de cuidado para a pele.
3504.00.11	Peptonas e peptonatos.
3505.10.00	Dextrina e outros amidos e féculas modificados
3507.90.19	(Outras) enzimas.
3507.90.29	(Outras) enzimas.
3912.31.19	Outros
3912.90.31	Celulose microcristalina em pó.
3912.90.40	Outras celuloses, em pó.
9602.00.10	Cápsulas de gelatinas digeríveis.

2.2 Principais produtos de exportação da pauta brasileira

Nesta seção são analisados os dez principais produtos de exportação para os dois setores analisados neste estudo. Com relação aos farmoquímicos, as exportações desse conjunto de produtos representam 90% das exportações totais de farmoquímicos em 2011. Apenas os *"outros aminoálcoois-fenóis e aminoácidos-fenóis"* apresentaram diminuição do montante exportado entre 2007 e 2011, com queda de 27% no total exportado, tendo sua participação no total do setor de farmoquímicos passado de 32,41% para 8,57%. Mesmo com essa queda expressiva, este segmento ainda ocupa a segunda posição no ranking. Os outros nove produtos apresentaram variação positiva, ainda que com taxas distintas. Além de "outros éteres acíclicos", que tiveram crescimento expressivo e passaram de uma participação de 8,90% em 2007 para cerca de 43% em 2011, os que mais aumentaram sua participação foram as "heparinas", saindo de 1,95% para quase 6%, e "outros aminoácidos", que apresentou variação análoga, passando de 1,9% para 5,97%. Os "complementos alimentares" saltaram de 5,84% para 8%, tornando-se o terceiro maior produto de exportação deste segmento.

Os cinco produtos que compõem a parte inferior do ranking perderam posições relativas. A "dextrina", sexto colocado, que representava 9,39% do comércio em 2007, passou para 5,46%. "Outros sucos e extratos vegetais" saíram de 6% para 4,2%, ocupando a sétima posição. "Outras proteases", décimo colocado no ranking, tiveram sua participação reduzida de 4,95% para 2,67%. Os dois códigos que abrangem produtos relacionados à estética caíram de 8,87% para 6%, ocupando o oitavo e nono lugares. É importante salientar

que todos esses produtos apresentaram crescimento das exportações, com taxas superiores a 50%, o que mostra que a perda de participação se deu devido a um crescimento mais expressivo de outros produtos e não de uma queda na sua produção.

No período entre 2007 e 2011, as exportações dos dez principais produtos farmoquímicos apresentaram um crescimento conjunto de 209,32%, ao passo que o total das exportações de farmoquímicos cresceu 176%. Com isto, a participação desses produtos no total de exportação de farmoquímicos saltou de 80% para 90% no período considerado.

TABELA 9
Brasil - Dez Principais Produtos Farmoquímicos Exportados 2007-2011 (em US$ FOB)

Código NCM/ SH	Descrição do NCM	2007	2008	2009	2010	2011	Taxa de Variação 2011/2007
29091990	Outros éteres acíclicos e seus derivados halogenados, etc.	24.939.733	171.893.645	194.855.664	295.235.126	334.142.187	1.239,80
29225099	Outros aminoálcoois-fenóis, aminoácidos- fenóis, etc. func. oxig.	90.854.051	77.864.429	47.448.585	63.022.714	66.292.555	-27,03
21069030	Complementos alimentares	16.379.140	24.933.812	38.453.231	49.006.934	61.913.420	278,00
30019010	Heparina e seus sais	5.457.092	8.500.982	21.093.866	41.491.278	46.234.590	747,24
29224990	Outros aminoácidos, seus éteres e sais	5.321.399	17.852.739	27.339.389	32.240.694	46.178.208	767,78
35051000	Dextrina e outros amidos e féculas modificados	26.315.483	35.046.800	32.550.922	39.483.739	42.247.476	60,54
13021999	Outros sucos e extratos vegetais	16.885.130	28.653.968	18.325.374	26.571.388	32.334.865	91,50
33049990	Outros produtos de beleza ou de maquiagem preparados, etc.	15.215.704	19.437.192	17.907.164	17.549.106	24.802.579	63,01
33049910	Cremes de beleza, cremes nutritivos e loções tônicas	9.651.508	14.551.300	16.860.555	20.289.525	22.113.173	129,12
35079029	Outras proteases e seus concentrados	13.884.417	13.024.401	17.165.274	13.133.222	20.693.292	49,04
Total das exportações dos dez principais produtos (A)		224.903.657	411.759.268	432.000.024	598.023.726	696.952.345	209,89
Total das exportações de farmoquímicos (B)		280.295.847	463.858.950	483.805.562	676.987.230	773.583.824	175,99
(A/B) (em %)		80,24	88,77	89,29	88,34	90,09	

Fonte: Sistema Alice (SECEX)

TABELA 10
Brasil – Participação dos Dez Principais Produtos no Total da Exportação de Farmoquímicos 2007-2011 (em %)

Código NCM/ SH	Descrição do NCM	2007	2008	2009	2010	2011
29091990	Outros éteres acíclicos e seus derivados halogenados, etc.	8,90	37,06	40,28	43,61	43,19
29225099	Outros aminoálcoois-fenóis, aminoácidos-fenóis, etc. func. oxig.	32,41	16,79	9,81	9,31	8,57
21069030	Complementos alimentares	5,84	5,38	7,95	7,24	8,00
30019010	Heparina e seus sais	1,95	1,83	4,36	6,13	5,98
29224990	Outros aminoácidos, seus éteres e sais	1,90	3,85	5,65	4,76	5,97
35051000	Dextrina e outros amidos e féculas modificados	9,39	7,56	6,73	5,83	5,46
13021999	Outros sucos e extratos vegetais	6,02	6,18	3,79	3,92	4,18
33049990	Outros produtos de beleza ou de maquiagem preparados, etc.	5,43	4,19	3,70	2,59	3,21
33049910	Cremes de beleza, cremes nutritivos e loções tônicas	3,44	3,14	3,48	3,00	2,86
35079029	Outras proteases e seus concentrados	4,95	2,81	3,55	1,94	2,67
Participação das exportações totais dos dez principais produtos no total de exportação de farmoquímicos (%)		80,24	88,77	89,29	88,34	90,09
Total das exportações de farmoquímicos (em US$ FOB)		280.295.847	463.858.950	483.805.562	676.987.230	773.583.824

Fonte: Sistema Alice (SECEX)

Quanto ao setor de produtos farmacêuticos, as exportações aumentaram cerca de 95% no período 2007-2011. O montante exportado dos dez principais produtos cresceu 154%. Com isso, a participação dos dez principais produtos exportados passou de 49,15% em 2007 para 64,27% em 2011. O item de maior destaque foi "produtos farmacêuticos contendo insulina", que passou de uma participação de 0,02% em 2007 para 29% em 2011. Todos os demais produtos da lista dos Top 10 apresentaram crescimento das exportações, com destaque para "preparados químicos contraceptivos" (com taxa de crescimento de 277% no período analisado) e "outros produtos farmacêuticos contendo cefalosporinas" (cuja taxa de crescimento foi de 353%). As maiores perdas relativas foram de "outros produtos farmacêuticos com compostos heterocíclicos" (16,57% para 11,95%) e "outros produtos farmacêuticos contendo produtos para fins terapêuticos" (12,25% para 10,8%), produtos que ainda ocupam o segundo e terceiro lugares entre os mais exportados.

TABELA 11
Brasil - Dez Principais Produtos Farmacêuticos Exportados 2007-2011 (em US$ FOB)

Código NCM/SH	Descrição do NCM	2007	2008	2009	2010	2011	Taxa de Variação 2011/2007
30043100	Produtos farmacêuticos contendo insulina, em doses	168.789	19.414.131	113.373.391	248.861.050	341.976.963	202.506,19
30049069	Outros prod. farm. c/ comp. heterocicl. heteroat. nitrog. em doses	123.576.941	133.290.914	117.956.955	118.493.921	141.051.415	14,14
30049099	Outros produtos farmacêuticos cont. prods. p/fins terapêuticos, etc., doses	91.352.932	121.191.266	112.063.582	116.471.860	127.385.631	39,44
30049059	Outros prod. farmacêuticos c/ prods. pos. 2930 a 2932, etc. em doses	51.793.506	73.272.756	88.430.079	101.566.502	92.378.164	78,36
30066000	Prepars. químs. contraceptivas, de hormônios/espermicidas	19.217.932	52.695.685	63.377.165	80.396.944	72.591.057	277,73
30049079	Outros produtos farmacêuticos c/ compostos heterocicl. etc., em doses	22.567.338	23.581.935	23.340.499	24.457.959	44.661.045	97,90
30042059	Outros prod. farmac. contendo cefalosporinas, etc., em dose	6.908.458	26.136.741	31.628.680	30.415.222	31.301.414	353,09
30043939	Prod. farmacêutico c/outros estrogênios/progestogênios, em doses	10.369.516	23.264.756	30.732.765	34.852.523	29.719.152	186,60
30042099	Prod. farmacêuticos contendo outros antibióticos, em doses	19.933.985	25.171.310	26.312.592	23.601.195	28.095.687	40,94
30022029	Outras vacinas para medicina humana, em doses	20.583.888	24.270.860	27.119.964	21.917.872	24.855.518	20,75
Total das Exportações dos dez principais produtos (A)		366.473.285	522.290.354	634.335.672	801.035.048	934.016.046	154,87
Total das Exportações de Produtos Farmacêuticos (B)		745.671.812	961.456.476	1.078.560.050	1.276.190.164	1.453.345.467	94,90
(A/B) (em %)		49,15	54,32	58,81	62,77	64,27	

Fonte: Sistema Alice (SECEX)

TABELA 12
Brasil - Participação dos Dez Principais Produtos no Total de Exportação de Produtos Farmacêuticos 2007-2011

Código NCM/SH	Descrição do NCM	2007	2008	2009	2010	2011
30043100	Produto farmacêutico contendo insulina, em doses	0,02	2,02	10,51	19,50	23,53
30049069	Outros medicam. c/ comp. heterocicl. heteroat. nitrog. em doses	16,57	13,86	10,94	9,28	9,71
30049099	Outros medicam. cont. prods. p/fins terapêuticos, etc., em doses	12,25	12,60	10,39	9,13	8,76
30049059	Outros prods. farmacêuticos c/ prods. pos. 2930 a 2932 etc., em doses	6,95	7,62	8,20	7,96	6,36
30066000	Prepars. químs. contraceptivas, de hormônios/ espermicidas	2,58	5,48	5,88	6,30	4,99
30049079	Outros produtos farmacêuticos c/ compostos heterocicl. etc. em doses	3,03	2,45	2,16	1,92	3,07
30042059	Outros produtos farmacêuticos contendo cefalosporinas etc. em doses	0,93	2,72	2,93	2,38	2,15
30043939	Prod. farmacêutico c/ outros estrogênios / progestogênios, em doses	1,39	2,42	2,85	2,73	2,04
30042099	Produtos farmacêuticos contendo outros antibióticos, em doses	2,67	2,62	2,44	1,85	1,93
30022029	Outras vacinas para medicina humana, em doses	2,76	2,52	2,51	1,72	1,71
Participação das exportações totais dos dez principais produtos no total de exportação de produtos farmacêuticos		49,15	54,32	58,81	62,77	64,27
Total das exportações de produtos farmacêuticos (em US$ FOB)		745.671.812	961.456.476	1.078.560.050	1.276.190.164	1.453.345.467

Fonte: Sistema Alice (SECEX)

Para que se avalie o dinamismo e as perspectivas do apoio à exportação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos, é importante estabelecer uma comparação com a trajetória das exportações de produtos industrializados entre 2007 e 2011. Conforme a Tabela 13, abaixo, a taxa de crescimento das exportações de produtos industrializados no período 2007-2011 foi inferior tanto às taxas de crescimento das exportações de farmoquímicos e produtos farmacêuticos em geral quanto às taxas de crescimento das exportações dos dez principais produtos farmoquímicos e dos dez principais produtos farmacêuticos no período observado.

As exportações de produtos farmacêuticos apresentaram crescimento de 94,9% no período, ao passo que as exportações dos dez principais produtos farmacêuticos cresceram 154,87%. No período entre 2007 e 2011, as exportações dos dez principais produtos farmoquímicos apresentaram um crescimento conjunto de 209,32%, ao passo que o total das exportações de farmoquímicos cresceu 176%. Para esse mesmo período as exportações de industrializados cresceram apenas 21,35%. Com estes resultados, houve um aumento de participação relativa dos dois setores selecionados na pauta de exportação brasileira de bens industrializados. No caso de produtos farmacêuticos, a participação passou de 0,71% em 2007 para 1,13% em 2011, enquanto que no caso dos dez principais produtos farmacêuticos a participação saltou de 0,27% para 0,61%. A participação das exportações de farmoquímicos passou de 0,27% para 0,61%; para os dez principais produtos farmoquímicos, a participação passou de 0,21% para 0,54%.

TABELA 13
Brasil - Dados Comparativos de Exportações de Farmoquímicos, Produtos Farmacêuticos e Produtos Industrializados 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011	Variação percentual de 2007 a 2011
Valor em US$ das exportações totais de produtos farmacêuticos (A)	745.671.812	961.456.476	1.078.560.050	1.276.190.164	1.453.345.467	94,90%
Valor em US$ das exportações dos dez principais produtos farmacêuticos (B)	366.473.285	522.290.354	634.335.672	801.035.048	934.016.046	154,87%
Valor em US$ das exportações totais de farmoquímicos (C)	284.223.719	468.645.138	489.034.665	689.286.607	784.050.485	175,86%
Valor em US$ das exportações dos dez principais farmoquímicos (D)	224.903.657	411.759.268	432.000.024	598.023.726	696.952.345	209,89%
Valor em US$ milhões das exportações totais de bens industrializados (E)	105.743.000	119.756.000	87.848.000	107.770.000	128.317.000	21,35%
(A/E)	0,71%	0,80%	1,23%	1,18%	1,13%	
(C/E)	0,27%	0,39%	0,56%	0,64%	0,61%	
(B/E)	0,35%	0,44%	0,72%	0,74%	0,73%	
(D/E)	0,21%	0,34%	0,49%	0,55%	0,54%	

Fonte: Elaboração a partir de dados do IPEA e do Sistema Alice (SECEX)

2.3 Principais destinos das exportações brasileiras de farmoquímicos e produtos farmacêuticos

As Tabelas 14 e 15 apresentam os 20 principais países importadores de produtos farmoquímicos brasileiros no período entre 2007 e 2011. Neste último ano, os 20 maiores países importadores absorveram 94,75% das exportações brasileiras de farmoquímicos. As exportações para países desenvolvidos representam 75,1% do total exportado, sendo que a Europa apresenta maior participação relativa, com 61,63% do comércio. Os destaques são Holanda e Espanha, que detêm, respectivamente, 28,13% e 19,95% do total (é importante observar que a Holanda é um "hub", distribuindo produtos para o resto da Europa). Os EUA vêm em terceiro lugar, com 9,29%.

Se analisarmos a variação da participação em 2007 comparada com 2011, a Espanha apresenta o maior crescimento, saltando de 1,12% do total para 17,95%, enquanto a Holanda passa de 11,59% para 28,13%. Nesse mesmo período, os países que apresentaram maior perda relativa foram o Reino Unido (de 24,87% para 6,98%) e Suíça (de 8,12% para 5,2%). Os países desenvolvidos, em seu conjunto, aumentaram sua participação de 65,12% para 75,1% do total.

Os países subdesenvolvidos apresentaram queda de participação nas exportações totais de 23,19% em 2007 para 19,65% em 2011. Dentro deste grupo, os latino-americanos reduziram sua participação de 21% para 16,25%. O Mercosul também reduziu sua participação de 13,34% para 11%. No que tange aos países da América Latina, todos apresentaram uma redução na participação das exportações brasileiras de farmoquímicos. No ano de 2011 esses três países responderam, respectivamente, por 1,72%, 1,02% e 0,7% do total. A Argentina, maior parceiro comercial dentre os sub-

desenvolvidos, recuou 12% no período, respondendo por 8,72% das exportações nacionais.

Os países da Ásia (China, Índia e Malásia) aumentaram de 2,14% para 3,4% a participação nas exportações brasileiras. Apesar de terem aumentado significativamente suas participações, é importante ressaltar que eles ainda representam uma fatia pequena do comércio, com 0,43%, 2,07% e 0,89%, respectivamente.

TABELA 14
20 Principais Destinos das Exportações Brasileiras de Produtos Farmoquímicos no Período 2007-2011 (Valor em US$)

País	2007	2008	2009	2010	2011
Holanda	32.477.101	149.921.202	188.594.310	286.294.779	217.580.270
Espanha	3.126.634	2.972.834	12.742.507	40.324.069	138.828.761
Estados Unidos	32.036.962	41.775.456	47.020.978	59.836.328	71.876.069
Argentina	27.947.748	33.847.767	35.858.921	42.851.728	67.473.812
Reino Unido	69.704.523	51.821.741	39.553.614	56.503.852	54.008.464
Suíça	22.748.117	33.256.742	17.961.882	34.197.798	40.199.830
Japão	13.031.483	24.810.915	33.936.189	26.394.980	32.294.735
China	3.662.406	6.165.313	7.149.215	7.066.744	16.018.636
Chile	10.114.897	12.020.774	11.619.355	13.372.542	13.269.568
Colômbia	4.111.085	5.301.691	7.454.781	8.278.688	10.742.058
Alemanha	4.726.743	9.620.240	7.584.289	10.836.911	10.526.474
México	4.698.887	4.599.822	5.933.460	9.708.047	9.697.465
Venezuela	4.285.674	6.483.714	4.946.863	3.592.019	7.921.910
França	2.543.415	29.680.494	5.315.337	5.652.156	7.824.517
Bélgica	2.124.577	3.124.853	3.079.792	9.385.413	7.811.210
Índia	1.823.608	2.904.110	2.822.564	4.629.691	6.912.534
Peru	2.682.454	4.688.841	4.635.567	5.687.895	6.759.117
Uruguai	3.153.257	4.483.057	5.217.203	5.952.356	5.801.011
Paraguai	2.009.644	2.561.298	3.178.364	3.523.711	4.050.059
Malásia	518.296	1.806.158	3.406.028	5.870.351	3.357.144
Total 20 principais	247.527.511	431.847.022	448.011.219	639.960.058	732.953.644
Total exportado	280.295.847	463.858.950	483.805.562	676.987.230	773.583.824

Fonte: Elaboração a partir de dados do MDIC.
Obs.: a lista dos 20 maiores países importadores tem como base o ano de 2011

TABELA 15
Participação dos 20 Principais Destinos das Exportações Brasileiras de Produtos Farmoquímicos no Período 2007-2011 (em %)

País	2007	2008	2009	2010	2011
Holanda	11,59	32,32	38,98	42,29	28,13
Espanha	1,12	0,64	2,63	5,96	17,95
Estados Unidos	11,43	9,01	9,72	8,84	9,29
Argentina	9,97	7,30	7,41	6,33	8,72
Reino Unido	24,87	11,17	8,18	8,35	6,98
Suíça	8,12	7,17	3,71	5,05	5,20
Japão	4,65	5,35	7,01	3,90	4,17
China	1,31	1,33	1,48	1,04	2,07
Chile	3,61	2,59	2,40	1,98	1,72
Colômbia	1,47	1,14	1,54	1,22	1,39
Alemanha	1,69	2,07	1,57	1,60	1,36
México	1,68	0,99	1,23	1,43	1,25
Venezuela	1,53	1,40	1,02	0,53	1,02
França	0,91	6,40	1,10	0,83	1,01
Bélgica	0,76	0,67	0,64	1,39	1,01
Índia	0,65	0,63	0,58	0,68	0,89
Peru	0,96	1,01	0,96	0,84	0,87
Uruguai	1,12	0,97	1,08	0,88	0,75
Paraguai	0,72	0,55	0,66	0,52	0,52
Malásia	0,18	0,39	0,70	0,87	0,43
Total 20 principais	88,31	93,10	92,60	94,53	94,75
Total exportado	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Elaboração a partir de dados do MDIC. Obs.: a lista dos 20 maiores países importadores tem como base o ano de 2011

Com relação aos produtos farmacêuticos (ver Tabelas 16 e 17), os 20 principais parceiros comerciais correspondem a 90,5% do total comercializado em 2011, valor ligeiramente superior aos 88% de 2007. Os países subdesenvolvidos perderam participação relativa entre 2007 e 2011, passando de 66,83% do total para 51,08%. Os que apresentaram maior queda foram México (-53,48%), Peru (-36,92%), Colômbia (-35,37%) e Chile (-33,67%). A América Latina passou de 66% do total para 48%, sendo que os únicos países que aumentaram seu volume de comércio foram Paraguai, com crescimento de 3,27%, e Equador, com crescimento de 2,94%. Ainda na América Latina, Venezuela e Argentina são os maiores parceiros, com 12,24% e 11,22% do total, mesmo que tenham apresentado queda de 9,76% e 31,33% com relação a 2007. O Mercosul, por sua vez, também diminuiu sua importância, passando de 33% para pouco mais de 26%.

O decréscimo de participação desses países foi compensado pelo aumento relativo dos parceiros desenvolvidos, que passaram de 21,60% do total para 39,42%. A Dinamarca aparece como maior destino, abrangendo 16,55% das exportações brasileiras (crescimento de 276% no período)[3]. O crescimento das exportações brasileiras para a Dinamarca foi vigoroso e permitiu que no período considerado o país se tornasse o principal destino das exportações brasileiras. Cabe destacar, todavia, que se trata de uma expansão concentrada em produtos farmacêuticos contendo insulina. Os EUA vêm em seguida, com 11% do total, garantindo o quarto lugar como maior parceiro comercial, ainda que tenha perdido participação de mais de 17%. Espanha apresentou

3 As exportações para a Dinamarca apresentaram forte crescimento no período 2007-2011, tendo se concentrado fortemente em produtos farmacêuticos contendo insulina.

crescimento de 124% no período, passando de 1,87% para 4,2% do total. A Alemanha alcançou 2,63% das exportações em 2011, crescimento de 280% em relação ao montante de 0,7% em 2007. Austrália, Canadá e Reino Unido apresentaram taxas de crescimento superiores a 800%, mas o volume de comércio ainda é pouco expressivo (1,72%, 1,48% e 0,94%).

Enquanto isso, os parceiros asiáticos (China e Tailândia) apresentaram crescimento de 461% e 165%, totalizando 2,14% e 0,95% das exportações, o que configura o mesmo caso do setor farmoquímico, com um crescimento expressivo sobre uma base de comércio ainda incipiente.

No segmento de produtos farmacêuticos também se observou o crescimento do comércio com os países centrais, principalmente na Europa, que aumentou sua participação de 7,92% em 2007 para 25,16% em 2011. O crescimento europeu, juntamente com o asiático, diminuiu a participação dos países latino-americanos. Assim, é possível notar que o segmento de farmoquímicos e o de produtos farmacêuticos apresentam comportamentos análogos, com queda da participação de parceiros latino-americanos, em contraste com a participação crescente de mercados dos países avançados e aumento expressivo do comércio com países asiáticos, que ainda apresentam uma base pouco consolidada. A tabela abaixo apresenta os valores para o período em questão.

TABELA 16
20 Principais Destinos das Exportações Brasileiras de Produtos Farmacêuticos no Período 2007-2011 (Valor em US$)

País	2007	2008	2009	2010	2011
Dinamarca	32.809.351	55.650.260	118.801.480	185.376.408	240.499.391
Venezuela	101.110.833	136.536.133	136.318.374	150.395.446	177.831.774
Argentina	121.818.374	132.496.767	145.331.304	150.134.028	163.036.629
Estados Unidos	99.545.732	116.915.058	124.668.889	141.756.503	160.775.996
México	90.327.832	94.288.579	94.334.581	75.004.149	81.895.047
Colômbia	54.706.958	69.350.707	67.668.847	61.554.457	68.910.419
Espanha	13.922.621	13.538.691	20.862.502	46.634.625	60.838.742
Panamá	22.885.514	44.898.556	37.675.500	45.074.703	53.465.856
Chile	40.362.252	51.107.955	49.735.248	50.965.841	52.183.916
Alemanha	5.138.258	29.246.179	39.430.547	36.500.348	38.175.252
Equador	18.173.661	27.412.124	24.799.361	27.945.050	36.462.229
China	2.848.813	3.551.850	7.192.173	29.806.244	31.157.597
Austrália	1.231.127	2.281.958	1.323.719	8.823.575	24.993.044
Uruguai	16.306.274	24.592.408	21.386.343	22.853.230	23.809.660
Peru	18.869.916	23.511.025	21.265.262	20.703.031	23.200.067
Canadá	1.215.967	2.615.346	2.912.752	7.951.649	21.484.631
Paraguai	8.254.187	9.309.448	9.987.122	14.141.398	16.614.300
Tailândia	2.657.961	6.303.958	18.217.390	18.321.066	13.749.457
Reino Unido	691.716	3.962.074	2.777.751	7.644.941	13.623.856
Bélgica	6.474.349	8.814.918	9.056.886	7.266.319	12.528.399
Total 20 principais	659.351.696	856.383.994	953.746.031	1.108.853.011	1.315.236.262
Total exportado	745.671.812	961.456.476	1.078.560.050	1.276.190.164	1.453.345.467

Fonte: Elaboração a partir de dados do MDIC.
Obs.: A lista dos 20 maiores países importadores tem como base o ano de 2011

TABELA 17
Participação dos 20 Principais Destinos das Exportações brasileiras de Produtos Farmacêuticos no Período 2007-2011 (em %)

País	2007	2008	2009	2010	2011
Dinamarca	4,40	5,79	11,01	14,53	16,55
Venezuela	13,56	14,20	12,64	11,78	12,24
Argentina	16,34	13,78	13,47	11,76	11,22
Estados Unidos	13,35	12,16	11,56	11,11	11,06
México	12,11	9,81	8,75	5,88	5,63
Colômbia	7,34	7,21	6,27	4,82	4,74
Espanha	1,87	1,41	1,93	3,65	4,19
Panamá	3,07	4,67	3,49	3,53	3,68
Chile	5,41	5,32	4,61	3,99	3,59
Alemanha	0,69	3,04	3,66	2,86	2,63
Equador	2,44	2,85	2,30	2,19	2,51
China	0,38	0,37	0,67	2,34	2,14
Austrália	0,17	0,24	0,12	0,69	1,72
Uruguai	2,19	2,56	1,98	1,79	1,64
Peru	2,53	2,45	1,97	1,62	1,60
Canadá	0,16	0,27	0,27	0,62	1,48
Paraguai	1,11	0,97	0,93	1,11	1,14
Tailândia	0,36	0,66	1,69	1,44	0,95
Reino Unido	0,09	0,41	0,26	0,60	0,94
Bélgica	0,87	0,92	0,84	0,57	0,86
Total 20 principais	88,42	89,07	88,43	86,89	90,50
Total exportado	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Elaboração a partir de dados do MDIC. Obs.: a lista dos 20 maiores países importadores tem como base o ano de 2011

2.4 Evolução do comércio mundial no período

Nesta seção busca-se analisar a evolução do comércio mundial entre 2007 e 2011. Para tanto, são utilizados dados do Comtrade, que utilizam um sistema harmonizado internacionalmente. Essa classificação não possibilita descriminar os produtos a oito dígitos, de modo que serão utilizados os capítulos 29 e 30, que abrangem produtos químicos orgânicos e produtos farmacêuticos. Ainda que essa menor desagregação implique em uma superestimativa dos valores das exportações (em relação aos códigos selecionados na análise do setor farmoquímico brasileiro), a seleção serve de parâmetro para tratar a evolução destes segmentos em nível mundial (ver Tabelas 18 e 19).

No capítulo 29, que abrange produtos da química orgânica, os dez principais países correspondem a 89,13% do total comercializado em 2011, patamar bem superior aos 72% de 2007. Os EUA mantiveram a liderança em todo o período, aumentando sua participação de 11,67% para 14,11%. Os maiores destaques de crescimento são da Ásia. A China passou do sétimo lugar em 2007 (6,83%) para segundo (12,17%). Cingapura, que não figurava entre os principais exportadores em 2007, alcançou a nona posição em 2011, com 6,65% do total.

A Alemanha passou a ocupar o quarto lugar, logo atrás da Índia, que conseguiu manter a terceira posição ao longo do tempo. Dentre os países que perderam participação relativa, Holanda diminuiu duas colocações, tornando-se sétima colocada e totalizando 7,46% em 2011. A Irlanda cresceu de 8,77% para 8,96%, perdendo uma posição e passando a ocupar o quinto lugar.

Se analisarmos o crescimento absoluto do montante exportado, apenas a Alemanha apresentou diminuição (-2,17%). Os países que mais aumentaram suas exportações foram China, Coreia do Sul e Reino Unido, com taxas de 91%, 48% e 44%, respectivamente. Mesmo com crescimento de mais de 30%, a Suíça manteve-se na décima posição.

Dessa forma, observa-se que neste segmento os países asiáticos apresentaram crescimento significativo, consolidando suas posições como *players* globais, totalizando 43,56% das exportações dos principais países, o que possibilitou a superação da Europa, que detém 31,46%. Como a exportação dos principais países cresceu mais do que as exportações mundiais, observa-se uma concentração da produção entre os principais países exportadores, mas esse crescimento se deu de forma descentralizada, possibilitando a consolidação de outros países frente aos produtores tradicionais.

TABELA 18
Comércio Mundial de Produtos Farmoquímicos (Química Orgânica)
Evolução do Ranking dos Maiores Exportadores 2007-2011

2007		2008		2009		2010		2011	
Ranking	%	Ranking	%	Ranking	%	Ranking	%	Ranking	%
EUA	11,67	EUA	11,10	EUA	10,86	EUA	11,93	EUA	14,11
Alemanha	9,23	Alemanha	10,52	Irlanda	8,88	China	9,18	China	12,17
Índia	9,23	Índia	8,55	Índia	8,85	Índia	8,25	Índia	10,14
Irlanda	8,77	Irlanda	8,40	China	8,54	Irlanda	7,68	Alemanha	9,03
Holanda	6,56	Holanda	8,26	Alemanha	8,36	Alemanha	7,41	Irlanda	8,96
Japão	6,44	Japão	6,29	Japão	6,67	Japão	6,46	Japão	7,64
China	6,38	China	5,97	Holanda	5,76	Holanda	5,90	Holanda	7,46
Coreia do Sul	4,70	Coreia do Sul	4,64	Suíça	5,69	Suíça	5,06	Coreia do Sul	6,96
Reino Unido	4,59	Reino Unido	4,64	Reino Unido	5,01	Coreia do Sul	4,91	Cingapura	6,65
Suíça	4,58	Suíça	4,37	Coreia do Sul	4,62	Cingapura	4,34	Suíça	6,01
	72,15		72,74		73,22		71,11		89,13

Fonte: Elaboração própria a partir do Comtrade

Ao analisarmos o capítulo 30, referente a produtos farmacêuticos, observa-se o movimento inverso. Os dez principais produtores reduziram sua participação de 81,28% para 78,9%, mas nesse caso houve menor mobilidade entre os países, com apenas duas mudanças relativas. A Irlanda, que apresentou crescimento de 91%, saiu do oitavo lugar para o quinto (5,51% para 7,97%). A Suíça, com crescimento absoluto do volume exportado de 63,84%, tomou o segundo lugar da Índia, passando de 9,52% para 11,79%.

A Alemanha aumentou sua produção em 28,51%, o que lhe garantiu o posto de maior exportador mundial com 15,13% do total em 2011. O crescimento de 32% dos EUA foi suficiente apenas para mantê-los no quarto lugar, com 8,56%, o mesmo ocorrendo com a Itália, que cresceu 30% mas manteve-se na oitava posição. O único país que diminuiu sua produção foi a Espanha, que teve redução de quase 15%, mas conseguiu manter-se como o décimo maior exportador mundial.

Dessa forma, é possível notar que o segmento de produtos farmacêuticos apresentou menor mobilidade entre os maiores exportadores, com predominância da Europa, que corresponde a 59,68% do total exportado no mundo. As variações observadas no período decorrem de ritmos de crescimento diferenciados entre os países, mas sem nenhuma ruptura significativa com o padrão vigente em 2007.

As exportações mundiais apresentaram um comportamento análogo ao setor farmacêutico nacional, com concentração da produção de produtos farmacêuticos e desconcentração da produção de farmoquímicos. Este setor apresenta maior participação dos dez principais produtos de exportação, mas teve um crescimento mais expressivo de outros produtos, ao passo que o caminho inverso pode ser observado para os produtos farmacêuticos, com crescimento muito superior dos principais produtos de exportação, ainda que eles representem uma parcela menor do total exportado.

TABELA 19
Comércio Mundial de Produtos Farmacêuticos - Evolução do Ranking dos Maiores Exportadores 2007-2011

2007		2008		2009		2010		2011	
Ranking	%	Ranking	%	Ranking	%	Ranking	%	Ranking	%
Alemanha	15,58	Alemanha	16,28	Alemanha	15,27	Alemanha	15,11	Alemanha	15,13
Índia	13,28	Índia	12,69	Índia	12,62	Índia	11,72	Suíça	11,79
Suíça	9,52	Suíça	10,45	Suíça	10,19	Suíça	10,68	Índia	10,64
EUA	8,53	EUA	8,85	EUA	10,08	EUA	9,60	EUA	8,56
Reino Unido	8,24	França	8,40	França	8,28	França	7,92	Irlanda	7,97
França	8,09	Reino Unido	7,94	Reino Unido	7,52	Reino Unido	7,75	França	7,30
Irlanda	5,51	Irlanda	5,89	Irlanda	7,13	Irlanda	7,31	Reino Unido	7,29
Itália	4,24	Itália	3,98	Itália	3,69	Itália	3,87	Itália	4,19
Holanda	4,20	Espanha	2,76	Holanda	2,74	Holanda	3,15	Holanda	3,47
Espanha	2,69	Holanda	2,55	Espanha	2,56	Espanha	2,62	Espanha	2,56
	81,18		79,79		80,09		79,74		78,90

Fonte: Elaboração própria a partir do Comtrade

3 Análise de Mercados-Alvo Selecionados para a Inserção Externa dos Setores Brasileiros Farmoquímico e Farmacêutico

3.1 Análise comparativa da dimensão e do dinamismo dos mercados farmacêuticos do Brasil e de países selecionados como alvo para estratégias de exportação

Nesta seção são descritas as trajetórias de indicadores de dinamismo e crescimento de mercados de produtos farmacêuticos do Brasil e de países selecionados, com o objetivo de analisar oportunidades e estratégias de inserção mercadológica externa. Os países analisados são: Brasil, Alemanha, Espanha, Rússia, Argentina, Colômbia, México, Arábia Saudita, África do Sul e Venezuela.

A Tabela 20 apresenta a dimensão dos mercados farmacêuticos dos países selecionados para o estudo comparativo, em termos de unidades vendidas. Com exceção de Alema-

nha, Espanha, Rússia e África do Sul, que agregam vendas no varejo e vendas a hospitais, os demais países somente incluem vendas no varejo. Em termos de unidades vendidas, a Rússia ocupa a primeira posição, seguida por Brasil, Alemanha e Espanha. Embora o tamanho do mercado evidentemente dependa do tamanho da população, não há uma proporção direta e alguns países apresentam características marcantes (como será analisado mais adiante).

TABELA 20
Dimensão do Mercado Farmacêutico em Países Selecionados
Unidades Vendidas no Varejo em 2011 (em milhares)

Total	13.007.448
Alemanha*	1.521.868
Brasil	2.274.902
Espanha*	1.320.636
Rússia*	4.630.330
México	935.256
Venezuela	600.326
Argentina	645.403
África do Sul*	362.905
Arábia Saudita	390.450
Colômbia	325.370

* Inclui vendas a hospitais
Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

A trajetória das vendas de unidades de produtos no período 2007-2011, conforme mostra a Tabela 21, indica que os mercados mais dinâmicos – isto é, os que apresentaram maior taxa de crescimento do número de unidades vendidas – têm sido o Brasil, com a expressiva taxa de 52% no período de 4 anos, a Arábia Saudita, a Argentina e a África do Sul.

Em contraste com estes países, o México, a Alemanha e a Espanha apresentam menor dinamismo, tendo os dois primeiros países apresentado queda no número de unidades vendidas no período analisado.

TABELA 21
Taxa de Crescimento de Unidades Vendidas no Mercado Farmacêutico em Países Selecionados no Período 2007- 2011 (%)

Total	**18,74**
Alemanha*	-0,31
Brasil	52,69
Espanha*	6,37
Rússia*	18,47
México	-4,67
Venezuela	21,64
Argentina	35,56
África do Sul*	31,62
Arábia Saudita	38,41
Colômbia	16,15

* Inclui vendas a hospitais
Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

A Tabela 22 apresenta a dimensão do mercado em termos de valor das vendas (em dólares norte-americanos). Embora os quatro países com maior dimensão de mercado farmacêutico continuem sendo os mesmos, a ordem de grandeza entre eles se altera em relação ao que foi observado na avaliação do número de unidades vendidas. Em termos de valor das vendas, a Alemanha é o país que ocupa a primeira posição, o Brasil continua ocupando a segunda posição, a Espanha é a terceira. A Rússia, que liderava a venda em número de unidades, ocupa em valor a quarta posição. Arábia Saudita e Colômbia são os que apresentam a menor dimensão de mercado em valores totais de vendas.

TABELA 22
Dimensão do Mercado Farmacêutico em Países Selecionados - Valor das Vendas no Varejo em 2011 (em US$ mil)

Total	**110.273.539**
Alemanha*	36.515.153
Brasil	21.330.952
Espanha*	14.540.203
Rússia*	12.216.764
México	8.320.349
Venezuela	5.258.594
Argentina	4.747.470
África do Sul*	3.172.039
Arábia Saudita	2.179.938
Colômbia	1.992.077

* Inclui vendas a hospitais
Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

TABELA 23
Taxa de Crescimento do Valor das Vendas no Mercado Farmacêutico em Países Selecionados no Período 2007-2011 (%)

Total	39,97
Alemanha*	20,22
Brasil	121,70
Espanha*	11,38
Rússia*	71,18
México	-0,46
Venezuela	76,46
Argentina	84,43
África do Sul*	62,62
Arábia Saudita	56,78
Colômbia	48,30

* Inclui vendas a hospitais
Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

Em termos de dinamismo de mercado, os destaques são Brasil, Argentina, Venezuela e Rússia. O Brasil apresenta taxa superior de cerca de 120% no período de 4 anos, enquanto os outros três países dinâmicos apresentam taxas entre 70% e 85% (ver Tabela 23). Os países com menor dinamismo são o México, a Espanha e a Alemanha. Mais adiante, serão analisadas as razões deste desempenho, que provavelmente relacionam-se com o fato de que são países em que o consumo de produtos farmacêuticos já é tradicionalmente mais consolidado.

3.2 Análise das principais categorias terapêuticas nos mercados dos países selecionados

Nesta seção são apresentados dados relativos à comercialização das principais categorias terapêuticas (Classificação Internacional ATC) comercializadas nos países selecionados no estudo. Em cada tabela apresentada, correspondentes a cada país, códigos e descrições são apresentados em ordem decrescente por valor das vendas, embora nas tabelas também constem os números de unidades vendidas e o preço médio.

De acordo com a Tabela 24, os 20 produtos principais comercializados na Alemanha (vendas no varejo ou para hospitais) respondem por quase 50% do mercado. As cinco principais categorias terapêuticas atingem cerca de 16% do total do mercado, na seguinte ordem: Anti-TNF (para tratamento reumatológico), quimioterápicos, insulina e análogos, antipsicóticos e analgésicos narcóticos. Estes produtos apresentam preço médio superior ao preço médio total do mercado alemão de produtos farmacêuticos.

Tabela 24
Alemanha Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL VAREJO E HOSPITALAR	**1.521.868**	**36.515.153**	**23,99**	**100,00**
Anti-TNF products	348	1.439.263	4.139,67	3,94
All other antineoplastics	1.182	1.436.484	1.215,50	3,93
Chuman insulin + analogues	12.548	1.246.008	99,30	3,41
Antipsychotics	13.629	1.230.262	90,27	3,37
Narcotic analgesics	7.202	1.025.012	142,32	2,81
Interferons	377	960.408	2.550,80	2,63
Angioten-ii antag., comb.	9.758	946.018	96,95	2,59
Anti-epileptics	11.426	908.644	79,52	2,49
Diabetes tests	27.187	869.633	31,99	2,38
Other immunosuppressants	1.913	806.663	421,62	2,21
HIV antivirals	864	797.380	923,24	2,18
B2-stimulants+corticoids	6.704	785.961	117,24	2,15
Pure vaccines	6.156	784.663	127,46	2,15
Antidepress. & mood stab.	25.042	765.741	30,58	2,10
Non-narcotic analgesics	149.364	732.416	4,90	2,01
Angioten-ii antag, plain	9.034	727.725	80,55	1,99
Antiulcerants	42.172	671.275	15,92	1,84
Anti-parkinson preps.	6.546	649.614	99,24	1,78
Hormonal contracept syst.	20.467	590.854	28,87	1,62
Immunostim ag ex intfron	360	526.783	1.462,43	1,44
Total de participação dos 20 principais				49,02

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

A Tabela 25 apresenta as principais categorias terapêuticas vendidas no mercado varejista no Brasil. É importante registrar que uma parcela das diferenças que se observam em relação ao caso da Alemanha é decorrente do fato de que nesse país, ao contrário do Brasil, as estatísticas incluem as vendas a hospitais, o que explica que certas categorias destacam-se mais no mercado alemão do que no brasileiro. De acordo com a Tabela 26, os 20 produtos principais comercializados no Brasil respondem por cerca de 46% do mercado. As cinco principais categorias terapêuticas atingem aproximadamente 18% do total do mercado, na seguinte ordem: analgésicos não-narcóticos, contraceptivos hormonais, antidepressivos, antirreumáticos não-esteroides e antiulcerantes. Entre os cinco principais produtos, três deles apresentam preço médio inferior ao preço médio do total do mercado.

TABELA 25
Brasil Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL MERCADO – VAREJO	**2.274.902**	**21.330.952**	**9,38**	**100,00**
Non-narcotic analgesics	150.287	995.410	6,62	4,67
Hormonal contracept syst.	126.841	880.132	6,94	4,13
Antidepress. & Mood stab.	36.696	766.261	20,88	3,59
Antirheumatic n-steroid	116.489	758.600	6,51	3,56
Antiulcerants	40.249	697.425	17,33	3,27
Acholest&trigly. Regulator	28.611	615.511	21,51	2,89
Muscle relaxants,central	43.117	483.508	11,21	2,27
Angioten-ii antag, comb	15.136	464.913	30,72	2,18
Angioten-ii antag, plain	28.217	439.562	15,58	2,06
Emollients & protectives	43.854	424.556	9,68	1,99
Cold preparations	25.237	387.717	15,36	1,82
Topical nasal preps	64.827	360.324	5,56	1,69
Amultivitamins + minerals	15.759	344.266	21,85	1,61
Broad spectr.Penicillins	28.763	343.267	11,93	1,61
Erectile dysfunction prd	23.446	337.667	14,40	1,58
Expectorants	48.779	335.292	6,87	1,57
Anti-epileptics	44.437	332.604	7,48	1,56
Aother dermatological prd	18.353	326.004	17,76	1,53
Ace inhibitors plain	36.207	321.873	8,89	1,51
B-blocking agents,plain	45.126	302.950	6,71	1,42
Total de participação dos 20 principais				46,50

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

De acordo com a Tabela 26, as vendas no varejo e para hospitais dos 20 produtos principais comercializados na Espanha representam cerca de 55% do mercado, o que indica maior concentração do que no caso brasileiro. As cinco principais categorias terapêuticas abrangem aproximadamente 21% do total do mercado na seguinte ordem: reguladores de colesterol e triglicerídeos, antipsicóticos, antidepressivos, B2-estimulantes/corticoides e antiulcerantes. Entre os cinco principais produtos, somente os antiulcerantes apresentam preço médio inferior ao preço médio do total do mercado.

TABELA 26
Espanha Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL MERCADO – VAREJO E HOSPITALAR	**1.320.636**	**14.540.203**	**11,01**	**100,00**
Acholest&trigly.Regulator	54.343	666.766	12,27	4,59
Antipsychotics	14.663	649.169	44,27	4,46
Antidepress.& Mood stab.	36.716	610.389	16,62	4,20
B2-stimulants+corticoids	9.210	559.211	60,72	3,85
Antiulcerants	74.485	555.250	7,45	3,82
Angioten-ii antag, comb	21.160	529.881	25,04	3,64
Anti-epileptics	15.042	485.173	32,25	3,34
Angioten-ii antag, plain	21.264	446.597	21,00	3,07
Non-narcotic analgesics	123.237	411.513	3,34	2,83
Chuman insulin+analogues	8.044	410.926	51,09	2,83
Anti-alzheimer products	2.648	361.478	136,52	2,49
Bone calcium regulators	11.903	301.594	25,34	2,07
Hormonal contracept syst	19.801	290.357	14,66	2,00
Antirheumatic n-steroid	54.971	282.040	5,13	1,94
Ndpp-iv inhibitor a-diabs	4.637	274.076	59,11	1,88
Bph products	12.893	249.094	19,32	1,71
Platelet aggr.Inhibitors	36.196	246.820	6,82	1,70
Anticholinergic+b2-stim	6.570	212.834	32,39	1,46
Heparins	3.084	206.449	66,95	1,42
Miotics+antiglauc.Preps.	14.079	198.171	14,08	1,36
Total de participação dos 20 principais				54,66

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

A Tabela 27 apresenta a lista das 20 maiores categorias terapêuticas e químicas comercializadas nos mercados de varejo e hospitalar da Rússia. Os dados evidenciam que há menor concentração das vendas nas 20 maiores ATCs em comparação com os países já analisados, pois a participação destes produtos chega a 43%. No entanto, as cinco categorias mais vendidas alcançam participação de mercado de 21%, que é relativamente elevada, incluindo: quimioterápicos, analgésicos não-narcóticos, tópicos nasais, interferons e antirreumáticos não-esteroides.

TABELA 27
Rússia Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL VAREJO E HOSPITALAR	**4.630.330**	**12.216.764**	**2,64**	**100,00**
All others antineoplastics	493	606.991	1.230,44	4,97
Non-narcotic analgesics	590.458	360.971	0,61	2,95
Topical nasal preps	260.642	348.650	1,34	2,85
Interferons	40.022	320.399	8,01	2,62
Antirheumatic n-steroid	92.724	308.541	3,33	2,53
Expectorants	116.494	285.604	2,45	2,34
Cold preparations	84.504	274.201	3,24	2,24
Chuman insulin+analogues	6.308	269.678	42,75	2,21
Antivirals excl anti-HIV	45.455	255.918	5,63	2,09
Blood coagulation	1.050	255.101	242,96	2,09
Hepatic proct lipotropic	25.875	242.555	9,37	1,99
Cerebr/periph vasotherap	49.797	222.695	4,47	1,82
Ace inhibitors plain	110.990	219.599	1,98	1,80
Throat preparations	106.146	214.237	2,02	1,75
Immunostim ag ex intfron	10.236	205.276	20,05	1,68
Hormonal contracept syst.	17.109	198.027	11,57	1,62
Top a-rheumatics & analg.	84.623	182.410	2,16	1,49
B-blocking agents,plain	48.853	175.048	3,58	1,43
Hypnotics & sedatives	298.221	165.577	0,56	1,36
Antihistamines systemic	55.486	152.393	2,75	1,25
Total de participação dos 20 principais				43,09

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

Conforme a Tabela 28, as 20 maiores categorias terapêuticas e químicas comercializadas nos mercados de varejo do México alcançam participação de mercado de 43%, muito próxima à da Rússia. As cinco categorias mais vendidas alcançam participação de mercado de 18%, abrangendo: fórmulas (nutrientes) infantis, antirreumáticos não-esteroides, analgésicos não-narcóticos, antiulcerantes e antiepiléticos.

TABELA 28
México Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL VENDAS VAREJO	**935.256**	**8.320.349**	**8,896**	**100,00**
Infant formulas	38.430	431.873	11,238	5,19
Antirheumatic n-steroid	36.515	348.933	9,556	4,19
Non-narcotic analgesics	84.838	330.129	3,891	3,97
Antiulcerants	21.047	221.594	10,528	2,66
Anti-epileptics	10.128	214.161	21,145	2,57
Cold preparations	53.224	184.795	3,472	2,22
Cephalosporins & combs.	11.369	180.648	15,889	2,17
Erectile dysfunction prd	9.840	173.098	17,592	2,08
Antidepress. & Mood stab.	5.566	161.814	29,074	1,94
Hormonal contracept syst	16.607	154.813	9,322	1,86
Angioten-ii antag, comb.	4.336	145.505	33,556	1,75
A-obesity preps exc diet	3.028	138.391	45,706	1,66
Amultivitamins + minerals	10.318	126.280	12,239	1,52
Emollients & protectives	35.673	119.630	3,354	1,44
Fluoro-quinolones	6.735	117.822	17,494	1,42
Broad spectr.Penicillins	13.800	116.280	8,426	1,40
Angioten-ii antag, plain	4.322	110.902	25,661	1,33
Acholest&trigly.Regulator	4.074	110.767	27,189	1,33
Expectorants	15.125	107.800	7,127	1,30
Jbiguanide antidiabetics	7.338	102.136	13,919	1,23
Total de participação dos 20 principais				43,24

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

De acordo com a Tabela 29, as 20 maiores categorias terapêuticas e químicas comercializadas nos mercados de varejo da Venezuela atingem participação de mercado de cerca de 45%. As cinco categorias mais vendidas alcançam participação de mercado de aproximadamente 16% abrangendo: antirreumáticos não-esteroides, antiulcerantes, antagônicos da angiotensina, analgésicos não-narcóticos e contraceptivos hormonais.

TABELA 29
Venezuela Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL VENDAS VAREJO	**600.326**	**5.258.594**	**8,760**	**100,00**
Antirheumatic n-steroid	38.892	218.454	5,617	4,15
Antiulcerants	24.559	196.777	8,013	3,74
Angioten-ii antag, comb	5.603	159.757	28,510	3,04
On-narcotic analgesics	53.886	141.291	2,622	2,69
Hormonal contracept syst	18.649	138.688	7,437	2,64
Acholest&trigly.Regulator	7.293	135.314	18,554	2,57
Broad spectr.Penicillins	24.010	133.535	5,562	2,54
Angioten-ii antag, plain	13.347	130.949	9,811	2,49
Infant formulas	12.467	125.108	10,035	2,38
Expectorants	13.170	121.527	9,228	2,31
Platelet aggr.Inhibitors	9.953	94.581	9,503	1,80
Anti-epileptics	7.823	91.013	11,634	1,73
Amultivitamins + minerals	6.326	91.011	14,387	1,73
Cold preparations	11.371	86.439	7,602	1,64
Topical nasal preps	10.409	85.887	8,251	1,63
Antihistamines systemic	16.922	85.678	5,063	1,63
Calcium antagonist plain	7.706	84.366	10,948	1,60
Erectile dysfunction prd	12.803	81.791	6,388	1,56
Cephalosporins & combs	5.661	73.879	13,049	1,40
Varicose therapy, system	3.776	73.400	19,439	1,40
Total de participação dos 20 principais				44,68

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

A Tabela 30 apresenta a lista das 20 maiores categorias terapêuticas e químicas comercializadas nos mercados de varejo da Argentina. As vendas nas 20 maiores ATCs somam participação de mercado de 46%. As cinco categorias mais vendidas alcançam participação de mercado de 18% incluindo: antirreumáticos não-esteroides, antiepiléticos, reguladores de colesterol e triglicerídeos, antiulcerantes e antagonistas da angiotensina.

TABELA 30
Argentina Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL VENDAS VAREJO	**645.403**	**4.747.470**	**7,356**	**100,00**
Antirheumatic n-steroid	41.705	202.847	4,864	4,27
Anti-epileptics	15.153	181.424	11,973	3,82
Acholest&trigly.Regulator	10.247	176.983	17,272	3,73
Antiulcerants	16.250	157.374	9,685	3,31
Angioten-ii antag, plain	8.359	147.356	17,629	3,10
Hormonal contracept syst	22.144	138.759	6,266	2,92
Antidepress.& Mood stab.	7.597	124.967	16,450	2,63
Non-narcotic analgesics	45.452	119.333	2,625	2,51
Chuman insulin+analogues	1.396	110.900	79,428	2,34
Broad spectr.Penicillins	15.149	104.360	6,889	2,20
Antipsychotics	4.393	96.890	22,053	2,04
Ace inhibitors plain	14.456	94.148	6,513	1,98
Platelet aggr.Inhibitors	11.177	80.635	7,215	1,70
B-blocking agents,plain	13.468	76.795	5,702	1,62
Tranquillisers	14.256	69.340	4,864	1,46
Oth musculo-skeletal prd	3.546	68.454	19,307	1,44
Calcium antagonist plain	6.309	67.733	10,737	1,43
Bph products	3.857	66.338	17,201	1,40
Angioten-ii antag, comb	2.907	61.843	21,273	1,30
B2-stimulants+corticoids	2.459	57.584	23,414	1,21
Total de participação dos 20 principais				46,43

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

Conforme a Tabela 31, as 20 maiores categorias terapêuticas e químicas comercializadas nos mercados de varejo da África do Sul alcançam participação de mercado de cerca de 53%. As cinco categorias mais vendidas alcançam participação de mercado de cerca de 18% abrangendo: analgésicos não-narcóticos, HIV antivirais, antiulcerantes, antidepressivos e antirreumáticos não-esteroides.

TABELA 31
África do Sul Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL DAS VENDAS NO VAREJO E HOSPITALAR	**362.905**	**3.172.039**	**8,741**	**100,00**
Non-narcotic analgesics	39.304	173.428	4,412	5,47
HIV antivirals	4.059	108.633	26,765	3,42
Antiulcerants	5.827	106.756	18,322	3,37
Antidepress.& Mood stab.	5.189	98.015	18,888	3,09
Antirheumatic n-steroid	14.809	83.924	5,667	2,65
Cold preparations	22.864	77.542	3,391	2,44
Chuman insulin+analogues	1.266	70.597	55,780	2,23
Broad spectr.Penicillins	8.426	67.482	8,009	2,13
All oth. Antineoplastics	91	67.347	742,300	2,12
Acholest&trigly.Regulator	5.752	64.069	11,138	2,02
Anti-epileptics	1.848	59.328	32,100	1,87
Expectorants	24.704	53.384	2,161	1,68
Topical nasal preps	6.416	47.401	7,388	1,49
Anaesthetics general	788	46.189	58,620	1,46
Fluoro-quinolones	4.413	44.654	10,119	1,41
Hypnotics & sedatives	5.126	44.099	8,603	1,39
Cephalosporins & combs	3.745	43.097	11,509	1,36
Oth b-lactam ex pen,ceph	917	42.808	46,669	1,35
Calcium antagonist plain	3.193	42.535	13,321	1,34
Hormonal contracept syst	4.436	42.449	9,569	1,34
Total de participação dos 20 principais				43,62

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

De acordo com a Tabela 32, as 20 maiores categorias terapêuticas e químicas comercializadas nos mercados de varejo da Arábia Saudita atingem participação de mercado de cerca de 45%. As cinco categorias mais vendidas alcançam participação de mercado de aproximadamente 28% abrangendo: penicilinas de amplo espectro, cefalosporinas, antirreumáticos não-esteroides, fórmulas (nutrientes) infantis e antiulcerantes.

TABELA 32
Arábia Saudita Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL VENDAS VAREJO	**390.450**	**2.179.938**	**5,58**	**100,00**
Broad spectr.Penicillins	15.816	129.216	8,17	5,93
Dcephalosporins & combs	12.863	118.787	9,24	5,45
Antirheumatic n-steroid	26.510	117.236	4,42	5,38
Infant formulas	20.931	116.928	5,59	5,36
Antiulcerants	10.162	106.964	10,53	4,91
Erectile dysfunction prd	2.213	63.582	28,73	2,92
Non-narcotic analgesics	38.849	58.443	1,50	2,68
Acholest&trigly.Regulator	2.357	55.163	23,40	2,53
Fluoro-quinolones	3.883	42.326	10,90	1,94
Macrolides & similr type	4.859	42.061	8,66	1,93
Expectorants	16.452	39.525	2,40	1,81
Antihistamines systemic	12.313	37.576	3,05	1,72
Antidepress.& Mood stab.	1.605	36.610	22,81	1,68
Chuman insulin+analogues	1.194	30.748	25,76	1,41
Anti-epileptics	1.907	29.818	15,64	1,37
Topical nasal preps	7.987	29.582	3,70	1,36
Hsulphonylurea a-diabs	4.386	29.146	6,64	1,34
Top.Corticosteroid plain	12.197	28.102	2,30	1,29
Hormonal contracept syst	5.592	26.418	4,72	1,21
Angioten-ii antag, comb	1.103	26.087	23,64	1,20
Total de participação dos 20 principais				53,41

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

A Tabela 33 apresenta a lista das 20 maiores categorias terapêuticas e químicas comercializadas nos mercados de varejo da Colômbia. As vendas nas 20 maiores ATCs somam participação de mercado de 47%. As cinco categorias mais vendidas alcançam participação de mercado de 23% incluindo: fórmulas (nutrientes) infantis, analgésicos não-narcóticos, contraceptivos hormonais, antirreumatoides não-esteroides e emolientes e protetores.

TABELA 33
Colômbia Principais Categorias Terapêuticas por Valor das Vendas – 2011

ATC – Descrição	Unidades Vendidas (mil)	Valor das Vendas (US$ mil)	Preço Médio (US$/ unidade)	Participação no Mercado (%)
TOTAL VENDAS VAREJO	**325.370**	**1.992.077**	**6,122**	**100,00**
Infant formulas	10.137	129.379	12,762	6,49
Non-narcotic analgesics	20.223	103.040	5,095	5,17
Hormonal contracept syst	11.781	87.206	7,402	4,38
Antirheumatic n-steroid	17.754	71.869	4,048	3,61
Emollients & protectives	17.371	70.836	4,078	3,56
Antiulcerants	10.174	43.414	4,267	2,18
Other nutrients	6.131	42.915	6,999	2,15
Cold preparations	4.742	38.386	8,095	1,93
Aother dermatological prd	7.306	36.626	5,013	1,84
Expectorants	7.655	36.584	4,779	1,84
Broad spectr.Penicillins	5.225	34.213	6,548	1,72
Amultivitamins + minerals	3.360	33.399	9,940	1,68
Acholest&trigly.Regulator	3.200	29.706	9,283	1,49
Antihistamines systemic	8.397	29.392	3,500	1,48
Antidepress.& Mood stab.	2.838	29.258	10,308	1,47
Laxatives	6.419	26.924	4,194	1,35
Anti-epileptics	1.537	24.331	15,832	1,22
Angioten-ii antag, plain	3.003	24.159	8,044	1,21
Throat preparations	4.365	23.633	5,415	1,19
Erectile dysfunction prd	8.526	23.152	2,715	1,16
Total de participação dos 20 principais				47,11

Fonte: IMS – Estudo adquirido no âmbito do Projeto de Promoção de Exportação do Setor

4 Caracterização Geral da Internacionalização do Setor Farmoquímico e Farmacêutico Presente no Brasil: Evolução e Perspectivas

Com o intuito de analisar a evolução recente e as perspectivas futuras do processo de internacionalização do setor farmoquímico e farmacêutico presente no Brasil, foram realizadas entrevistas com uma amostra representativa das empresas que hoje atuam no mercado internacional. Participaram do processo 11 empresas dos segmentos farmoquímico, farmacêutico nacional e farmacêutico de capital estrangeiro. São elas[4]:

4 Para o presente relatório, utiliza-se o conceito mais usual de empresa multinacional, isto é, aquela que possui subsidiárias de produção em outros países, além do país de origem do seu capital majoritário. As empresas brasileiras dos setores farmoquímico e farmacêutico podem ser classificadas como: a) empresas multinacionais com capital estrangeiro; b) empresas de capital nacional. As empresas de capital nacional que estejam em processos mais avançados de internacionalização podem então ser consideradas empresas multinacionais de capital nacional. Finalmente, cabe uma observação: com o avanço do mercado de capitais e a globalização, muitas empresas possuem capital com diferentes origens. Assim, as empresas podem ter estrutura de capital com predominância de capital estrangeiro ou com predominância de capital nacional. Evidentemente, na medida em que estão registradas e operando em território brasileiro, são todas empresas brasileiras.

1) Nortec – empresa farmoquímica de capital nacional;
2) Kim Master – empresa farmoquímica multinacional de capital nacional;
3) Genix – empresa farmoquímica de capital nacional;
4) Cristália – empresa farmacêutica e farmoquímica multinacional de capital predominantemente nacional;
5) Eurofarma – empresa farmacêutica e multinacional de capital predominantemente nacional;
6) Biolab – empresa farmacêutica de capital nacional;
7) União Química – empresa farmacêutica de capital nacional;
8) Aché – empresa farmacêutica de capital nacional;
9) EMS – empresa farmacêutica multinacional de capital predominantemente nacional;
10) Pfizer – empresa farmacêutica multinacional de capital estrangeiro;
11) Boehringer – empresa farmacêutica multinacional de capital estrangeiro.

As entrevistas centraram-se em cinco temas principais:

1. Exportação – Situação Atual e Perspectivas, onde são destacadas as principais conquistas referentes à evolução das vendas externas e à visão de futuro das empresas em relação a este processo;
2. Internacionalização – Situação Atual e Perspectivas, que destaca a evolução das empresas nos últimos anos em relação à aquisição de empresas, *joint-ven-*

tures, alianças estratégicas, projetos de pesquisa e desenvolvimento com o exterior;

3. Principais Diferenciais Diante da Concorrência Externa;
4. Fatores Motivadores do Processo de Internacionalização;
5. Fatores Inibidores e Desafios para Alavancar a Competitividade do Setor Brasileiro no Cenário Internacional.

Nas próximas sessões, apresentam-se os principais relatos e as percepções das empresas acerca destes temas. Em cada um dos temas principais procurou-se registrar os relatos de cada um dos três grandes grupos de empresas, quando havia diferenças de percepções relevantes. Os três grupos são: empresas farmacêuticas de capital estrangeiro; empresas farmoquímicas de capital nacional; empresas farmacêuticas de capital predominantemente nacional.

4.1 A Exportação – Situação atual e visão de futuro

Em termos das empresas de fármacos nacionais, observa-se que a exportação é parte integrante da estratégia das mesmas. As motivações para a realização de exportações neste segmento são bastante claras para as empresas, estando relacionadas às necessidades de:

(i) buscar outros mercados de forma a diminuir sua dependência do mercado interno;

(ii) fazer um *hedge* "natural"[5] em relação às importações de insumos e matérias-primas;

(iii) aumentar o nível de produção e obter, assim, economias de escala que permitam a redução dos custos médios de produção.

Em termos de situação atual das empresas em relação à exportação e visão de futuro, observa-se, a partir das três entrevistas realizadas, que:

a) Uma empresa já exporta há três anos, centrando-se nos mercados da América do Sul, inclusive tendo um *market-share* de 30% na Argentina. As exportações representam 10% do faturamento total da empresa e vem crescendo anualmente. Em 2012, iniciaram um

5 No setor farmacêutico, há uma significativa parcela de importação no suprimento de matérias-primas e insumos. Quando há uma desvalorização cambial, os custos sofrem um aumento brusco. O termo *hedge* "natural" refere-se aqui ao fato de que, ao exportar, a empresa vincula, ao menos parcialmente, sua receita ao valor da moeda estrangeira (especialmente o dólar norte-americano), o que permite uma espécie de cobertura diante da eventual desvalorização cambial, atenuando sua exposição aos custos em moeda estrangeira. O termo "natural" indica que não se trata de uma operação diretamente realizada para obter um seguro contra as oscilações cambiais, como seria o caso na contratação de *hedge* cambial em instituições financeiras.

projeto-piloto no mercado americano cujos resultados deverão ser colhidos no decorrer dos próximos anos. Em termos de visão de futuro, a empresa espera alcançar a liderança na América do Sul a partir da expansão da capacidade produtiva, a qual será finalizada em 2015. Como tal planta apresentará menor custo logístico em relação à atual, a empresa se tornará mais competitiva no mercado americano, onde há restrição para entrada de produtos chineses;

b) Outra empresa exporta para 28 países, tendo um setor internacional bem estruturado e uma unidade produtiva na Argentina há mais de 15 anos. Nos próximos anos, a empresa deverá alavancar ainda mais suas exportações com a entrada em mercados mais exigentes;

c) Uma terceira empresa exporta para cerca de 30 países, destacando que seus principais clientes estão em Cingapura, Malásia e Taiwan, o que confirma a competitividade da empresa. O crescimento no mercado internacional nos próximos anos se dará através da continuidade das exportações e da ampliação das alianças estratégicas;

d) Algumas das empresas estão com plantas bastante modernas e novas a serem inauguradas, que deverão atender às exigências do exigente órgão regulador americano (FDA). Com isto, nos próximos anos, a exportação para este importante mercado deverá se tornar viável.

Ressalta-se que, além dessas três empresas deste segmento, há também uma empresa farmacêutica que produz farmoquímicos, exportando para América do Sul, Europa (via *tradings*) e, eventualmente, para o mercado norte-americano.

Nas entrevistas com as empresas farmacêuticas multinacionais de capital predominantemente estrangeiro instaladas no Brasil, evidenciou-se que as exportações representam uma parte significativa do negócio das mesmas no Brasil. Além disso, as operações de tais empresas, de fato, impactam na geração de divisas do setor, tendo a maior participação entre os diferentes grupos de empresas entrevistadas. Por exemplo, uma das empresas multinacionais de capital estrangeiro presentes no Brasil exportou R$ 198 milhões para 80 países em 2011. A decisão de exportar a partir da unidade do Brasil é sempre uma decisão global, envolvendo um comparativo de algumas variáveis entre os diferentes países emergentes, podendo variar de acordo com as circunstâncias políticas e econômicas dos países em que a empresa atua.

No caso das duas multinacionais de capital estrangeiro que foram entrevistadas, as operações no Brasil estão na segunda posição em termos de relevância na participação do faturamento entre os países emergentes, perdendo apenas para a China em relevância. Para estas empresas, as operações no Brasil representam a principal plataforma de exportação para a América Latina, embora outros mercados na Europa e Ásia também sejam alvo dos produtos produzidos nas plantas brasileiras. Ressalta-se que uma das multinacionais de capital estrangeiro tem planta aprovada pelo FDA, podendo realizar exportações para os EUA, de acordo com as diretrizes da matriz global.

A exportação evoluiu positivamente nos últimos anos em todas as seis empresas farmacêuticas entrevistadas de capital predominantemente nacional, com exceção de uma. Para quatro empresas, a exportação, embora não tenha uma representatividade significativa no faturamento, é uma diretriz estratégica. De forma geral, destacam-se os seguintes avanços das empresas em relação às suas vendas no mercado externo nos últimos anos:

a) Ampliação do conhecimento de mercados, tanto latino-americanos como africanos e, em algumas empresas, do mercado europeu, do Oriente Médio e da Ásia;

b) Ampliação do número de países onde as empresas possuem seus registros, condição necessária e prévia para realizar exportações a um país no caso de produtos farmacêuticos;

c) Ampliação do número de mercados atendidos, embora para a maioria das empresas a América Latina seja o principal mercado, seguida pelo continente africano;

d) O departamento de exportação para quatro das empresas entrevistadas passou a ser uma unidade lucrativa, graças aos esforços de suas equipes, tendo muitas vezes uma participação na margem superior à participação no faturamento total da empresa. Para tanto, a definição de políticas e processos internos (tais como: lotes mínimos de venda) foi fundamental para garantir a lucratividade das vendas externas para o negócio da empresa;

e) Crescimento dos valores exportados, embora tal resultado nem sempre se reflita em maior participação no faturamento, em função do forte crescimento do mercado interno. De forma geral, a participação das exportações no faturamento não ultrapassa 5%;

f) Avanço em termos de imagem e reputação do setor farmacêutico brasileiro, principalmente no mercado latino-americano. Algumas empresas tornaram-se, inclusive referência de qualidade em alguns mercados latino-americanos, muito embora os volumes e o *market-share* ainda não correspondam a tal reputação. Há ainda um longo caminho a ser percorrido nesse sentido.

Alguns dos países atendidos pelas exportações das empresas farmacêuticas de capital predominantemente nacional são: Líbia, Azerbaijão, Emirados Árabes, Moçambique, Portugal, Itália, Inglaterra, Alemanha, Espanha, República Tcheca, Polônia, Grécia, todos os países da América Latina, República Dominicana, entre outros.

É importante destacar três pontos que caracterizam as vendas externas do setor farmacêutico:

a) Negociação e utilização de contratos de licenciamento com parceiros nos países-alvo, em geral com laboratórios que também produzem produtos farmacêuticos complementares. Logo, o próprio processo de exportação envolve a negociação e o desenvolvimento de uma aliança estratégica com o parceiro;

b) O registro dos produtos nos órgãos reguladores de cada país antecede a possibilidade de vendas efeti-

vas no mercado. Em alguns países, este processo é bastante lento, podendo demorar cerca de dois anos e demandar visita de técnicos da vigilância daquele país. Logo, entre a prospecção do mercado e a efetivação da primeira venda pode decorrer um prazo de até dois anos, num processo que envolverá não somente o departamento de exportação da empresa como também a área regulatória interna e, eventualmente, outros departamentos responsáveis pelas adaptações necessárias para adaptação do registro. Assim sendo, a exportação é sem dúvida neste setor um investimento de longo prazo com envolvimento de várias áreas que antecede em muito o surgimento dos primeiros resultados de vendas;

c) Grande parte das vendas ocorre através de um trabalho contínuo de visitação médica por parte dos distribuidores, os quais, muitas vezes, principalmente no caso de produtos inovadores, precisam de suporte da equipe técnica brasileira para divulgação do produto, inclusive com a realização de palestras e seminários técnicos, bem como material de suporte. Em relação a este aspecto, as empresas brasileiras têm adotado diferentes estratégias: umas realizam o trabalho de treinamento e desenvolvimento de material de apoio por elas mesmas, dando todo suporte ao distribuidor; outras, encarregam o distribuidor de desenvolver tais materiais e treinamento, oferecendo descontos nos preços dos produtos para a realização dos mesmos.

As exportações das empresas farmacêuticas de capital predominantemente nacional têm ocorrido, em alguns casos, com marca própria do fabricante brasileiro e, em outros, com a marca do parceiro local. Algumas empresas brasileiras adotaram a estratégia de vender seus produtos somente com marca própria em função do grau de diferenciação do mesmo.

Em relação à visão de futuro das empresas farmacêuticas de capital predominantemente nacional para a exportação, observa-se que:

a) Todas as seis empresas entrevistadas manterão e pretendem alavancar suas vendas externas, registrando-se apenas diferenças no grau de aderência de tais vendas à estratégia empresarial;

b) O lançamento de produtos inovadores em termos de mercado internacional no horizonte dos próximos cinco anos pelas empresas farmacêuticas nacionais, que estão no *pipeline* de grande parte das empresas entrevistadas, poderá gerar, de fato, oportunidades de tornar a exportação mais que um negócio "residual e de aprendizado" para as empresas. Com esses produtos no mercado, as empresas brasileiras poderão utilizar as plataformas de distribuição mundial e/ou regional das multinacionais, incrementando sensivelmente os contratos de suas vendas externas de tais produtos farmacêuticos. Além disso, o processo de aquisição de empresas na América Latina, que se acelerou em grande parte nas farmacêuticas brasileiras nos últimos anos, também está possibilitando a criação e preparação desta plataforma de distribuição;

c) As empresas que já exportam com regularidade pretendem nos próximos anos consolidar suas posições nos mercados já conquistados, principalmente na América Latina, ampliando seu *market-share* e portfólio exportado, bem como acelerar o ritmo de seu crescimento frente aos demais concorrentes internacionais. Além disso, pretendem ampliar o número de mercados atendidos. Para tanto, vários registros já estão em andamento para países como: África do Sul, Arábia Saudita, Cingapura, Tailândia, Rússia, entre outros. Lembrando que algumas das empresas entrevistadas já exportam para o mercado europeu. Uma delas já possui certificação EMEA (União Europeia);

d) Para algumas empresas, o mercado americano poderá se tornar uma realidade, sendo importante para tanto o lançamento de produtos inovadores e a certificação FDA. Como muitas das plantas de várias das empresas farmacêuticas entrevistadas são extremamente modernas, as mesmas já foram planejadas para atender os requisitos americanos (FDA) e europeus (EMEA);

e) Há uma preocupação com a construção de imagem e marca nos mercados externos. As empresas acreditam que todo o movimento de exportação, aquisição de empresas no exterior, estabelecimento de *joint-ventures* com empresas estrangeiras, pesquisa e desenvolvimento que está sendo feito repercutirá no reconhecimento do setor farmacêutico nacional no mercado internacional.

4.2 Situação atual e visão de futuro do processo de internacionalização

Em relação à realização de investimentos no exterior, observam-se também importantes avanços na trajetória das empresas farmacêuticas e farmoquímicas brasileiras envolvendo: aquisição de empresas no exterior, formação de *joint-ventures*, realização de investimentos próprios em novas unidades comerciais e produtivas no exterior, projetos de pesquisa & desenvolvimento realizados em parceria com a comunidade internacional e projetos de transferência de tecnologia.

Tais movimentos foram identificados de forma mais intensa em duas das empresas farmacêuticas entrevistadas de capital predominantemente nacional, justamente aquelas que mencionam em sua visão a intenção de se tornar uma multinacional do setor seja na América Latina seja no mercado internacional como um todo. Além destas, outra empresa farmacêutica nacional também realizou um movimento recente de aquisição de empresas na América Latina que poderá acelerar seu processo de exportação dada a maior atividade exportadora da empresa adquirida.

Outras duas empresas farmacêuticas de capital nacional, ainda não envolvidas em processos de investimento internacional, mencionaram nas entrevistas que estão abertas no futuro a:

a) Realização de expansão internacional através de *joint-ventures* com parceiros locais, não tendo interesse em gerir operações no exterior sem apoio de parceiro local;

b) Aquisição de empresas no mercado externo.

No caso do setor farmoquímico, registra-se que uma das empresas entrevistadas já possui unidade em país da América Latina para atender clientes locais há 15 anos. Outra empresa farmoquímica possui acordo de transferência de tecnologia com empresa italiana que a permite fabricar determinados produtos no Brasil.

Tal movimento demonstra o aprofundamento do processo de expansão internacional das empresas de capital predominantemente nacional, evoluindo de exportação meramente para a realização de investimentos no exterior (*joint-ventures*, investimento em plantas, aquisição de empresas).

Sem dúvida, este processo reflete o crescimento do setor nacional nos últimos anos e seu amadurecimento em termos de realização de movimentos "mais agressivos" e de maior complexidade no mercado internacional, implicando na necessidade de desenvolvimento de novas competências. Além disso, registra o forte comprometimento dos líderes dessas empresas com a intenção de tornarem-se *players* mais significativos no contexto global.

Outro movimento que demonstra o aprofundamento da dinâmica de internacionalização das empresas nacionais é o aumento de projetos de pesquisa com universidades, centros de pesquisas e empresas estrangeiras. Por exemplo, uma das empresas entrevistadas está desenvolvendo um projeto de pesquisa com um dos vencedores do Prêmio Nobel. Outra está realizando um projeto de desenvolvimento de produto brasileiro já patenteado na Europa para uso oral com instituto de pesquisa francês, e até 2020 devem ter mais produtos para lançar no mercado mundial. Uma terceira empresa está criando uma unidade nos EUA só

para desenvolvimento de produtos inovadores, que serão trabalhados com parceiros locais. E, de forma análoga, há vários outros exemplos. Tais projetos de pesquisa contribuem para a inserção e articulação brasileira com a comunidade de pesquisa internacional, o que poderá no decorrer dos anos contribuir para a construção de uma imagem sólida do setor nacional.

A constituição dos "novos grupos" Orygen e Bionovis, que reúnem diferentes empresas farmacêuticas nacionais com o objetivo de desenvolver e fabricar produtos biotecnológicos de primeira e segunda gerações, também demonstra o avanço do setor nacional no sentido de buscar novas fronteiras e disputar uma parcela do mercado farmacêutico mundial com produtos inovadores.

Os movimentos individuais das farmacêuticas e farmoquímicas de capital predominantemente nacional resultaram no registro de patentes no exterior sejam de produtos ou de processos. A intensificação dos projetos de inovação individuais e em parcerias com centros de pesquisas estrangeiros, bem como os esforços que estão sendo realizados no âmbito dos grupos Orygen e Bionovis, conduzirão, certamente, ao lançamento de produtos brasileiros inovadores no mercado internacional com a comercialização dos mesmos através de plataformas próprias de distribuição regional e/ou de terceiros (multinacionais) que tenham capacidade de atendimento global.

Além de projetos de pesquisa próprios, as empresas nacionais também aceleraram as parcerias com empresas multinacionais tanto para a transferência de tecnologia como para a fabricação e distribuição no Brasil de produtos dessas empresas (contratos *in License*). Sem dúvida, a posição brasileira nos BRICs e as previsões de crescimen-

to para os mesmos têm aumentado o interesse das empresas estrangeiras em parcerias locais. Tal processo também é extremamente importante para: acelerar processo de substituição de importações de produtos farmacêuticos; para aumentar grau de internacionalização das empresas brasileiras na medida em que aumenta a interação e o desenvolvimento de negociações e interações internacionais; melhorar a imagem das empresas brasileiras no mercado internacional, e aumentar a profissionalização da gestão das empresas.

Observou-se nas entrevistas que várias empresas têm contratos de transferência de tecnologia com Itália e Coreia do Sul, entre outros países.

Outro movimento que começa a se observar nas empresas farmacêuticas nacionais é a internacionalização de seus conselhos. Atualmente, em algumas empresas, há conselheiros estrangeiros que fazem parte dos mesmos, os quais acabam pressionando de forma mais ativa pela conquista de maiores objetivos e metas em relação à internacionalização.

Cabe ressaltar também que uma das empresas multinacionais entrevistadas está realizando investimentos no Brasil em termos de pesquisa e desenvolvimento para: pesquisa clínica, inovação incremental e pesquisa básica. São poucos os países no mundo onde a empresa global mantém equipes e recursos para os três tipos de pesquisas. Para justificar tais investimentos, são fatores fundamentais: a qualidade dos pesquisadores e das universidades brasileiras e a diversidade da população brasileira, que permite a realização de testes clínicos de produtos que serão lançados no mercado mundial. A unidade brasileira de tal multinacional já tem fábrica aprovada pelo FDA.

Algumas das consequências da realização do aprofundamento do processo de internacionalização das empresas farmacêuticas e farmoquímicas nacionais a serem destacadas são: construção (em fase inicial) de uma imagem mais sólida no exterior do setor nacional; ganhos de aprendizagem tanto em termos de conhecimento de mercado, de modelos de negócios como de gestão de equipes multiculturais em ambientes com sistemas de saúde diferentes; melhoria das estratégias empresariais e do sistema de governança das empresas; construção de sistemas de inteligência industrial, tributário e de mercado que permitam a otimização das operações em vários países, alavancando a competitividade do grupo como um todo no mercado internacional; aumento do valor agregado dos produtos, através do lançamento de produtos inovadores (incrementais ou radicais); aprendizado em relação ao estabelecimento e manutenção de parcerias internacionais com objetivos diversos; contratação de profissionais preparados para os novos desafios de gestão; maior estruturação das equipes internas e, consequentemente, melhor gestão das empresas; aumento do valor do negócio.

4.3 Diferenciais competitivos das empresas entrevistadas no mercado internacional

Em termos de diferenciais competitivos das empresas farmoquímicas entrevistadas, observou-se que os mesmos estão vinculados a diferentes fatores. Para duas delas, o principal diferencial associa-se ao desenvolvimento de processos produtivos que permitem a otimização e a agilização na fabricação, bem como a manutenção da qualidade. Alguns destes processos são, inclusive, patenteados. E, assim, as empresas apresentam ao mercado preços mais competitivos que alguns concorrentes em determinados mercados.

Uma terceira empresa de farmoquímicos é uma das três principais fabricantes mundiais de qualidade do produto. Não há muitos fabricantes do produto em questão, em função dos altos custos de investimento para implantação da planta produtiva. Dentro do mesmo patamar tecnológico, o produto é uma *commodity*, onde os principais diferenciais perante os clientes são os custos logísticos (o produto é volumoso) e a proximidade em relação ao cliente facilita o atendimento pela grande variedade de produtos. Como na América do Sul a empresa é a única fabricante de qualidade, pode-se, no médio prazo, alcançar a liderança neste mercado em função de: inexistência de fornecedores com a mesma qualidade de produto; melhoria na imagem do produto brasileiro no mercado internacional do setor, das vantagens em termos de custos logísticos, dos movimentos realizados pela empresa para registrar o produto nesses países.

No caso dos setores farmacêuticos nacionais, os diferenciais podem ser agrupados da seguinte forma:

a) Boa relação benefício/custo dos produtos, em função da grande escala de produção associada a plantas de última geração e a processos modernos;

b) Um portfólio amplo de produtos, algumas vezes até mais amplo do que o de multinacionais que atuam no mesmo segmento. Além disso, alguns portfólios de produtos de empresas brasileiras são mais adequados a diferentes linhas de trabalho, não estando vinculados a uma única corrente acadêmica;

c) Produtos de qualidade e de acordo com um regulatório nacional alinhado com os dos países desenvolvidos;

d) Produtos inovadores (inovações incrementais) no portfólio de algumas poucas empresas.

Obviamente, nem todas as empresas têm produtos enquadrados nas quatro categorias. Os três primeiros itens aparecem com mais frequência entre os entrevistados. De uma forma geral, as empresas (farmacêuticas e farmoquímicas) também destacaram que a competitividade brasileira é limitada pela grande necessidade de importação de insumos para fabricação de produtos farmacêuticos e pelos custos crescentes de mão de obra e logísticos, bem como pela alta carga tributária.

A fraca presença de produtos inovadores e de plantas com aprovação da EMEA (com exceção de uma das empresas entrevistadas) e da FDA, bem como as dificuldades associadas às questões estruturais brasileiras e do setor, tornam a competitividade das empresas nacionais (ou de capital predominantemente brasileiro), de uma forma geral, mais circunscrita à América do Sul e à África e a segmentos pontuais em mercados como Oriente Médio e outros.

Cabe destacar que, nos próximos cinco anos, mais empresas poderão lançar produtos inovadores (incrementais e radicais) dado os esforços que estão sendo realizados pelas mesmas via pesquisa própria, em grupo e/ou com empresas parceiras estrangeiras. Com o lançamento de tais produtos, o setor brasileiro poderá se tornar mais competitivo no mercado internacional e não só na América do Sul e África, como é o caso de grande parte das exportações realizadas pelas empresas brasileiras do segmento farmacêutico.

4.4 Fatores motivadores e facilitadores do processo de exportação e internacionalização das empresas

Ao longo das entrevistas, ficou claro que os principais fatores motivadores e facilitadores para a realização de exportações no setor farmacêutico nacional e/ou de capital predominantemente nacional variam de empresa para empresa, bem como o grau de comprometimento, podendo citar os seguintes:

a) Prioridade estratégica, destacada inclusive na visão da empresa;

b) Busca de novos mercados e oportunidades de negócios que possam, de fato, fazer frente ao aumento da capacidade produtiva das empresas e ser negócio lucrativo, bem como contribuir para o aprendizado da empresa como um todo, inclusive de seus departamentos regulatórios;

c) Forte crescimento das empresas no mercado interno que acaba estimulando a confiança das mesmas nos seus produtos e modelos de negócios e, assim, a busca de novas oportunidades;

d) Aumento da regulação nos países da América do Sul que passam a demandar produtos de maior qualidade, o que de forma geral favorece as empresas brasileiras;

e) Forte investimento das empresas em plantas modernas e de mais fácil adequação aos padrões dos órgãos reguladores de países desenvolvidos;

f) Pressão de conselhos de empresas que passam a se

profissionalizar e a comprometer-se com a garantia da competitividade no mercado internacional;

g) Forma de tornar a empresa mais atrativa para contratos de *in License* (quando empresas estrangeiras utilizam as plataformas de distribuição das empresas brasileiras para o mercado nacional e para países vizinhos);

h) Construção de imagem junto a parceiros internacionais de pesquisa e transferência de tecnologia. Na medida em que outras atividades (pesquisa, novos negócios, área técnica) da empresa vão se internacionalizando, os parceiros internacionais questionam, naturalmente, sobre as operações externas da empresa como forma de atestar a competitividade e prontidão para o mercado global;

i) Aprendizado e alinhamento em relação aos diferentes regulatórios e estruturas de mercado de outros países.

Cabe ressaltar que das nove empresas farmacêuticas e farmoquímicas entrevistadas de capital predominantemente nacional, sete empresas possuem a exportação como uma diretriz estratégica do negócio, mesmo que a mesma, em boa parte dos casos, tenha uma representatividade pequena no total do faturamento. Para as duas empresas multinacionais de capital predominantemente estrangeiro, as exportações são fundamentais para justificar sua presença no país, tendo uma participação maior no faturamento total da empresa do que no caso das empresas nacionais.

As motivações para a realização de exportações no grupo de empresas farmoquímicas são bastante claras, estando relacionadas às necessidades de: buscar outros mercados, de forma a diminuir sua dependência do mercado interno; fazer um *hedge* natural em relação às importações de insumos e matérias-primas; justificar a ampliação de escala das mesmas.

As empresas também salientaram a importância do projeto de internacionalização do setor, que conta com o apoio da Apex-Brasil e o envolvimento de várias entidades que integram a cadeia produtiva. As principais ações deste projeto que têm contribuído para alavancar as exportações são: formação do núcleo de inteligência; participação na feira CPHI; projetos vendedores de imagem com a presença da Anvisa para reforçar e valorizar o regulatório brasileiro nos mercados-alvo; projetos Apex-Brasil de promoção comercial e relacionamento; missões empresariais; informações sobre os requisitos necessários para a inspeção FDA (EUA) e EMEA (União Europeia).

Em relação aos fatores que têm motivado e facilitado às empresas acelerar seu processo de internacionalização (*joint-ventures*, aquisição de empresas, parcerias para pesquisa com empresas estrangeiras, contratos de *in License*) pode-se acrescentar os seguintes: capitalização das empresas brasileiras com o forte crescimento no mercado interno; forte busca pela inovação e a *presença no pipeline* das empresas de produtos inovadores que poderão ser lançados nos próximos anos e que poderão impactar, de fato, no aumento da participação das vendas externas no faturamento total da empresa; visão estratégica de tornar-se uma multinacional do setor; comprometimento da alta direção das empresas com o projeto, entendendo que se trata de

um caminho irreversível; demonstração da competitividade internacional para parceiros internacionais.

Para as multinacionais entrevistadas, os fatores motivadores dos seus investimentos no Brasil têm sido:

a) Tamanho e forte crescimento do mercado interno;

b) Atendimento da América do Sul e, em alguns casos, de outros países com a transformação das unidades brasileiras em plataformas globais de exportação;

c) Qualidade e disponibilidade de bons pesquisadores e de uma população diversa que permite os investimentos em pesquisa e a realização de testes clínicos adequados aos padrões mundiais.

4.5 Desafios do processo de exportação e internacionalização das empresas

No decorrer das entrevistas, as empresas mencionaram uma série de dificuldades e desafios que precisam ser vencidos para alavancar a sua competitividade no cenário internacional, gerando tanto novas divisas para o país bem como processos de substituição de importações. Tais dificuldades e desafios podem ser agrupados nas seguintes categorias:

a) Dificuldades e desafios associados às peculiaridades do setor e/ou do produto[6];

b) Entraves vinculados aos mercados-alvo;

c) Desafios internos às empresas;

d) Desafios vinculados ao ambiente econômico brasileiro onde as empresas estão inseridas;

e) Dificuldades e desafios do ambiente regulatório e de apoio à inovação no Brasil.

Em relação aos desafios e dificuldades inerentes à atividade de exportação na cadeia, conforme já antecipado e comentado na seção 4.1, destacam-se as necessidades de adaptação prévia das empresas em termos de dossiês técnicos de seus produtos às diferentes legislações dos órgãos regulatórios de cada país e de obtenção de registro para comercialização dos mesmos pelo parceiro local. Estes processos demandam: identificação prévia das legis-

6 As dificuldades e os desafios são claramente relacionados aos chamados fatores e requisitos competitivos setoriais apresentados na seção 1 deste estudo.

lações e custos de registro de cada país; conhecimento e adaptação pelos regulatórios de cada empresa às normas dos países que serão alvo da exportação; preparação do dossiê e análise pelo órgão regulador de cada país, o que pode demorar até dois anos; inspeção do órgão regulador à planta brasileira, quando a legislação assim requer; investimentos nos registros dos produtos nos países-alvo; acompanhamento dos processos.

Assim sendo, dada a característica da cadeia, antes das empresas gerarem receita, torna-se necessário dedicar recursos humanos e financeiros por um bom período prévio para tornar possível a venda. O reconhecimento mútuo e automático do regulatório brasileiro em alguns países-alvo facilitaria e tornaria mais ágil o processo de exportação das empresas nacionais. Obviamente, tal reconhecimento precisa ser bem estudado pelas autoridades regulatórias brasileiras, pelas entidades setoriais e pelas empresas exportadoras, a fim de evitar a entrada no mercado brasileiro de produtos sem a qualidade adequada, dada a necessidade de reciprocidade neste movimento. Mesmo que o reconhecimento automático não possa ocorrer, uma articulação forte internacional do órgão regulatório brasileiro é crítica para promover o incremento das exportações e assegurar um tratamento diferenciado nos países de destino das exportações brasileiras frente a outros concorrentes internacionais sem tantas exigências e preocupações com a qualidade. Tal movimento de articulação torna-se essencial num período em que os mercados latinos – principal alvo das exportações das empresas brasileiras – estão revendo seus sistemas regulatórios e o enquadramento de países nos mesmos, demandando novos requisitos e definindo exigências de acordo com os diferentes níveis de regula-

tórios. É crítico para as exportações e para a construção de uma imagem de qualidade na América Latina que o sistema regulatório brasileiro esteja enquadrado nas classificações de países desenvolvidos.

As próprias multinacionais de capital estrangeiro presentes no país também destacaram a importância de as autoridades regulatórias brasileiras manterem práticas cada vez mais alinhadas com os padrões globais para garantir os investimentos no país e o desenvolvimento de novas plataformas globais de exportação. Como as decisões são globais, é fundamental que no *benchmarking* com outros países emergentes o Brasil apresente bons diferenciais e um ambiente regulatório estável e alinhado às práticas internacionais, bem como que permita o acesso adequado e ágil aos mercados latinos.

Ainda em relação às peculiaridades do setor, ressalta-se que algumas empresas, em função das características dos produtos comercializados, dependem de uma logística especial, muitas vezes climatizada, o que requer uma infraestrutura diferenciada nos aeroportos e nas empresas de logística.

Em relação aos desafios nos mercados que hoje são alvo de grande parte das empresas entrevistadas, podemos destacar os seguintes:

a) Mercados que demandam pequenos lotes e, portanto, adaptações de embalagem, o que requer o estabelecimento nas empresas de políticas e estratégias de comercialização diferenciadas e bem ajustadas para tornar a venda externa lucrativa;

b) Mercados que apresentam mudanças frequentes tanto em termos de proteção tarifária e não tarifá-

ria como de regulatório, o que implica na necessidade de diluir riscos através de uma cesta de mercados. Além disso, tal fato demanda um sistema de acompanhamento constante do regulatório de cada país pelas empresas e de uma articulação vigorosa dos órgãos reguladores brasileiros para evitar posicionamentos inadequados do Brasil frente a outros concorrentes;

c) Identificação e seleção de parceiros confiáveis nos mercados que zelem pela qualidade dos produtos e pela realização de um trabalho de visitação médica que reforce a reputação dos produtos brasileiros, posicionando-os de forma diferenciada frente a outros concorrentes sem tanta preocupação pela qualidade. Sem dúvida, para aumentar o interesse de bons parceiros locais nos produtos de empresas brasileiras, um movimento de articulação do órgão regulatório brasileiro e ações de construção de imagem serão fundamentais, bem como o lançamento de produtos inovadores.

Cabe ressaltar que, frente aos mercados desenvolvidos, adiciona-se a estas dificuldades citadas anteriormente: necessidade de maior conhecimento e de adaptação maior ao regulatório desses países, muito embora várias das empresas brasileiras tenham realizado investimentos recentes em plantas já planejadas e alinhadas com as exigências dos mercados americano e europeu; necessidade de um portfólio com mais produtos inovadores e do desenvolvimento de plataformas de distribuição nesses países, em parceria com outras empresas ou não.

Em relação aos desafios internos à empresa para aumentar as exportações e aprofundar o processo de internacionalização, as empresas entrevistadas ressaltaram:

a) Priorização estratégica da exportação junto à alta direção das empresas;

b) Crescimento do mercado interno num ritmo superior ao registrado pelas vendas externas, o que acarreta, apesar do crescimento substancial das exportações do setor nacional nos últimos anos, uma redução na participação do faturamento;

c) Dificuldade de justificar a manutenção do departamento de exportação dada a sua baixa participação na geração do faturamento total da empresa frente a outros departamentos. Tal fato acaba gerando desmotivação dentro do próprio departamento se não for bem administrado e se os benefícios futuros para o crescimento e de aprendizado não forem bem destacados para toda a empresa;

d) Falta de priorização das demandas das áreas de negócios internacionais das empresas junto a outros departamentos, tais como recursos humanos, regulatório e financeiro. A questão acaba gerando a duplicação de tais funções dentro da unidade de negócios internacionais.

Já quanto aos desafios estruturais da economia brasileira, as empresas destacaram:

a) Alta dependência de matérias-primas e insumos importados na cadeia, o que impacta na competitividade internacional do setor;

b) Altos custos de mão de obra e carga tributária elevada;

c) Infraestrutura geral inadequada à necessidade de alavancar a competitividade internacional do setor;

d) Existência de greves que afetam tanto os órgãos reguladores como aduaneiros;

e) Necessidade de reforçar e ampliar os acordos bilaterais e de aumentar a "agressividade da diplomacia brasileira" no monitoramento de barreiras tarifárias e não tarifárias pelos países vizinhos, bem como imposição de retaliações.

Em relação às necessidades de avanço no sistema nacional de vigilância sanitária, as empresas destacaram alguns pontos como críticos para alavancar as exportações do setor a partir das unidades produtivas no Brasil. São eles:

a) Tempo longo para registro dos produtos, aproximadamente dois anos, o que implica, considerando também o tempo de obtenção de registro no país-alvo, que o produto chegará no mercado de destino após três ou quatro anos da finalização de seu desenvolvimento. Tal prazo pode resultar em vantagem para outros competidores estrangeiros que sejam mais rápidos no lançamento de produtos diferenciados e/ou inovadores. Em função disto, muitas empresas sugerem a criação de um mecanismo de *fast-track* para os produtos exportáveis, a fim de garantir a chegada do produto no tempo certo e antes de potenciais competidores;

b) Necessidade de agilizar a autorização para exportação de produtos controlados, uma vez que os mesmos já possuem registro no órgão regulador brasileiro e no órgão do país-alvo. Há alguns casos onde o registro acaba chegando posteriormente à data de validade da permissão de exportação do produto, o que gera atrasos e requer a emissão de nova autorização no país de destino;

c) Valorização e internacionalização do próprio sistema de vigilância sanitária com vistas a garantir uma imagem de qualidade e superioridade do regulatório nacional frente a vários outros concorrentes nos mercados de destino e/ou potenciais das exportações. Para tanto, um trabalho já foi iniciado, no âmbito do projeto Apex-Brasil, mas precisa ser reforçado e dinamizado, refletindo, inclusive, a geopolítica do Brasil em relação aos países vizinhos.

Com referência às necessidades de melhoria nos instrumentos de apoio à pesquisa e à inovação, as empresas destacaram:

a) Dedicação de maior volume de recursos para inovação, inclusive com sistemas de financiamento que flexibilize as necessidades de garantia nos financiamentos;

b) Manutenção da garantia de preços pelo governo que possam remunerar e estimular os investimentos das empresas farmacêuticas instaladas no país;

c) Redução do prazo para aprovação de investimentos em pesquisas pelos órgãos competentes. Segundo as

empresas entrevistadas, o prazo no Brasil é de dois anos, enquanto na Índia e na China é de cerca de seis meses;

d) Apoio para a realização de certificação das plantas brasileiras na FDA e EMEA.

5 Conclusões e considerações finais

O presente trabalho evidencia um avanço significativo nas condições efetivas e potenciais de internacionalização e presença exportadora dos setores brasileiros de produtos farmoquímicos e de produtos farmacêuticos. Esta constatação está baseada quer nos dados estatísticos sobre a atividade econômica destes setores, quer na pesquisa de campo realizada junto a empresas dos setores em análise. De um lado, as exportações do setor têm apresentado variação positiva e substancialmente superior ao crescimento médio das exportações brasileiras de produtos industrializados ao longo dos últimos cinco anos. Por outro lado, a pesquisa de campo revela, através das entrevistas, que progressivamente as empresas brasileiras estão acumulando capacitações e competências organizacionais que lhes permitem atender aos requisitos competitivos necessários ao processo de exportação.

Embora a parcela das vendas externas como proporção das vendas totais das empresas ainda seja baixa (em média 5%), deve-se levar em conta que nos setores farmoquímicos e farmacêuticos os processos de desenvolvimento de produtos, de acesso a novos mercados e de atendimento a padrões regulatórios são complexos e demorados. Isto implica não apenas que nestes setores há um hiato de tempo maior entre as iniciativas e os resultados, como também que é necessária maior persistência por parte das empresas e dos agentes governamentais e não governamentais que propiciam suporte à exportação e internacionalização das empresas.

Em termos de desempenho exportador, as principais conclusões que podem ser destacadas nesta seção são as seguintes:

- Registrou-se crescimento das exportações brasileiras de produtos farmoquímicos e produtos farmacêuticos no período 2007-2011;
- O crescimento das exportações brasileiras de produtos farmoquímicos e produtos farmacêuticos no período 2007-2011 foi substancialmente superior ao crescimento das exportações totais de produtos industrializados no país;
- O Brasil apresenta crescimento das exportações brasileiras de produtos farmoquímicos e produtos farmacêuticos no período 2007-2011 em países emergentes e em desenvolvimento, revelando-se estes mercados como promissores no que tange à estratégia de exportação nestes setores;
- O Brasil apresenta dinamismo nas exportações de produtos farmacêuticos; ao longo da década de 2000, a participação das exportações brasileiras no total das exportações

mundiais de produtos farmacêuticos quase duplicou. Enquanto as exportações mundiais cresceram a uma taxa de 47% de 2007 a 2010, as exportações brasileiras cresceram a uma taxa de aproximadamente 100% no período;

- Perspectivas futuras positivas de exportação com lançamento de produtos inovadores e de aquisição de empresas locais que tornarão mais competitivos os produtos brasileiros no mercado externo.

Quanto ao processo de internacionalização, pode-se concluir que os setores farmoquímico e farmacêutico brasileiros têm avançado de forma significativa, destacando-se os seguintes aspectos:

- Ocorreu crescimento e aprofundamento da internacionalização das empresas farmacêuticas de capital predominantemente nacional, aumentando o valor de seus negócios e a probabilidade de atuarem de forma mais ativa, tornando-se *consolidadoras* (e não *consolidadas*);
- Houve melhoria da estrutura gerencial e das competências internas relacionadas à gestão e aos negócios internacionais. Com isto, passam a ser percebidas por outras empresas brasileiras e por empresas de outros países de forma diferente. Neste mesmo sentido, ficaram mais atrativas para empresas estrangeiras que buscam parceiros locais para contratos *in License* (quando empresas estrangeiras utilizam as plataformas de distribuição das empresas nacionais para o Brasil e para países vizinhos);
- O registro de patentes no exterior e o estabelecimento de parcerias internacionais em pesquisa (inclusive com pes-

quisador agraciado com o Prêmio Nobel) credenciam as empresas farmacêuticas de capital predominantemente nacional como mais agressivas e capacitadas em termos de inovação. Em consequência, o Brasil tende a ser considerado como integrante do "jogo global" em inovação, investimentos, pesquisa, transferência de tecnologia;

- Maior sofisticação, especialização e profissionalização da gestão brasileira;
- Reconhecimento de que o aumento das exportações das empresas farmacêuticas de capital nacional passa pela maior internacionalização das mesmas, tal como ocorreu com as empresas do setor nos países desenvolvidos. Tal modelo poderá ser replicado até para empresas de médio porte do setor com a aquisição de pequenas empresas nos países da América do Sul. O modelo de internacionalização do setor farmacêutico no mundo passa pela construção e/ou aquisição de estruturas locais que estão mais próximas do mercado e das autoridades regulatórias locais, viabilizando também o trabalho de visitação médica;
- Aquisição de experiência e competência em contratos *in License*, pesquisas internacionais e contratos de transferência de tecnologia, propiciando às empresas farmacêuticas de capital predominantemente nacional melhores condições de participação no mercado internacional.

Com base nesta análise, é possível caracterizar o processo de internacionalização das empresas como uma trajetória que tende a ser irreversível, quer porque as empresas de capital predominantemente nacional estão acumulando

mais competências organizacionais, quer porque a competição nestes setores tende a exigir atuação em escala internacional.

Em termos de estratégias e competências organizacionais para a exportação e internacionalização, pode-se concluir que há avanços significativos nas estruturas das empresas brasileiras dos setores farmoquímico e farmacêutico, destacando-se os seguintes aspectos:

- A internacionalização tem se tornado prioridade estratégica das empresas, facilitada por ganhos de competitividade que também decorrem da expansão de suas atividades em um mercado interno mais dinâmico, que propicia maior escala e aprendizado organizacional (embora haja aqui uma ambivalência, porque o mercado interno também pode atrair em demasia a atenção estratégica e operacional das empresas, enfraquecendo em determinados momentos o foco na internacionalização);
- Condições concorrenciais favoráveis às empresas brasileiras no que tange à capacidade de atender à ampliação dos requisitos regulatórios nos países da América do Sul;
- Investimento das empresas em plantas modernas e mais adequadas aos padrões dos órgãos reguladores de países desenvolvidos.

Diante destas conclusões e com base nas análises das seções anteriores, é possível propor recomendações, em termos de ações e iniciativas, no nível quer das empresas, quer de agências de fomento e regulação.

No que se refere aos desafios das empresas quanto às suas definições estratégicas e competências organizacionais, é importante que as empresas integrem de forma de-

finitiva as exportações e a internacionalização como objetivos que estejam na mesma hierarquia do mercado interno, pois ambos se reforçam a médio e longo prazos. Mais do que isto, diante da intensidade da concorrência internacional e das suas características estruturais, é provável que nestes setores não haja – a longo prazo – muito espaço para empresas que atuem somente em mercados locais.

A implicação desta recomendação é de que deve haver uma preparação da estrutura organizacional e dos talentos internos para o processo de multinacionalização do setor farmacêutico brasileiro, envolvendo a aquisição e/ou o desenvolvimento de competências tais como: estratégias e modelos de negócios mais apropriados, melhores práticas, desenvolvimento de competências interculturais, desenvolvimento de políticas sobre o que será global e o que será adaptado, inteligência tributária, inteligência industrial, maior especialização de funções, entre outros aspectos.

Considerando o papel fundamental da inovação tecnológica como determinante da capacidade competitiva das empresas dos setores farmoquímico e farmacêutico, algumas recomendações específicas se fazem aqui necessárias. Em primeiro lugar, trata-se da necessidade de agilizar a aprovação de pesquisas farmacêuticas pelos órgãos adequados, para garantir a realização de investimentos estrangeiros em pesquisa no Brasil, colocando o país na frente ou pelo menos em condições equivalentes a outros países emergentes. Ademais, é necessário que se destine maior volume de recursos para inovação, inclusive com sistemas de financiamento que flexibilizem as necessidades de garantia nos financiamentos. A manutenção de garantia de preços pelo governo que possa remunerar e estimular os investi-

mentos das empresas farmacêuticas instaladas no país, é também fundamental para assegurar níveis satisfatórios de pesquisa e desenvolvimento.

No que tange à atuação dos órgãos de vigilância sanitária brasileiros, o estudo e as pesquisas de campo revelam tópicos importantes a serem considerados, destacando-se:

1) a adoção de regime de *fast-track* para a aprovação de registros de produtos que serão exportados, a fim de garantir que, quando os produtos brasileiros inovadores forem lançados no mercado internacional, os mesmos não estejam já defasados (trata-se, na expressão de representante do setor, de premiar a atividade exportadora e não de puni-la);

2) maior agilidade na emissão dos certificados que permitem a exportação de produtos controlados, pois os mesmos já possuem registro na Anvisa;

3) acelerar o Programa de Articulação Internacional dos órgãos reguladores de forma a valorizar o sistema nacional de vigilância sanitária nos mercados da América do Sul, África e de outros países-alvo. Em tal programa, também deveriam ser analisados e selecionados os países com os quais o Brasil deverá adotar reconhecimento mútuo de sistema regulatório (este programa terá forte impacto na criação de uma imagem positiva do setor brasileiro nos países vizinhos).

Cabe ressaltar que, durante a etapa de conclusão do presente estudo, o Governo Federal anunciou uma série de medidas no âmbito da política industrial, as quais também contemplaram o Complexo Industrial da Saúde. Uma parte significativa dessas medidas corresponde às demandas

manifestadas nas entrevistas feitas com as empresas do setor farmacêutico, bem como às proposições de políticas de apoio formuladas com base no estudo, demonstrando, assim, o alinhamento entre as empresas do complexo e o governo. As iniciativas contemplam aspectos regulatórios, tributários e de financiamento, entre outros, algumas das quais com repercussão sobre a capacidade competitiva das empresas do setor no mercado internacional. A implementação de tais medidas e a participação efetiva das empresas será fundamental para acelerar o processo de inserção internacional do setor.

Com referência ao projeto de internacionalização do setor, a pesquisa também permite identificar alguns itens de aprimoramento:

1) articulação e estímulo para a alavancagem do Programa de Articulação Internacional do sistema nacional de vigilância sanitária;

2) reforço na área de inteligência de mercado, envolvendo não só a identificação de oportunidades e características de cada mercado e dos potenciais parceiros, como também o acompanhamento do desenvolvimento do sistema regulatório de cada país e de suas licitações. Cabe ressaltar que, nos trabalhos de prospecção, as empresas salientaram a importância de identificar oportunidades de negócios em diferentes segmentos, como, por exemplo, o de hospitais e no próprio setor farmacêutico de cada país-alvo;

3) desenvolvimento de um núcleo de inteligência com informações detalhadas sobre as adaptações necessárias para fazer frente às exigências da FDA e EMEA,

incluindo a contratação de profissionais para realizar cursos e consultorias práticas nessa área (diagnóstico da situação atual com o desenvolvimento e acompanhamento da implantação do plano de ação);

4) apoio ao desenvolvimento de ações de promoção nos mercados-alvo, a partir dos parceiros e distribuidores locais, o que contribuiria para aumentar o interesse dos parceiros pelos produtos brasileiros, promovendo-se um trabalho de construção e fortalecimento das marcas brasileiras no mercado internacional. Uma das sugestões é, inclusive, estudar a possibilidade de desenvolvimento de plataformas de promoção, regulatórias e de comercialização conjuntas de empresas farmacêuticas brasileiras em alguns países-alvo como forma de viabilizar e facilitar a distribuição de seus portfólios no mercado externo. A criação de tais plataformas coletivas com a participação de empresas não concorrentes bem como a criação de uma área de inteligência de mercado forte serão fundamentais para viabilizar a participação no projeto de médias empresas do setor farmacêutico de capital nacional.

As características estruturais dos setores farmoquímico e farmacêutico – especialmente no que se refere às economias de produzir em larga escala e com diversidade de produtos (economias de escopo) – requerem que outros agentes de fomento contribuam para o processo de internacionalização do setor, não apenas financiando os gastos em aquisição de equipamentos e em P&D, mas também criando programas especiais os quais poderiam ter uma sintonia mais fina, já que algum grau de concentração e seletividade é inevitá-

vel neste setor, conforme a análise das seções anteriores. Nesse sentido, seria importante o desenvolvimento de programas de capacitação das equipes internas desses órgãos e das empresas em questão para entender o processo e os modelos de internacionalização específicos destes setores.

Finalmente, o presente estudo traz evidências – tanto da pesquisa de campo quanto de dados estatísticos de fonte secundária – de que os setores farmoquímico e farmacêutico brasileiros ingressaram em trajetória irreversível de inserção internacional, o que tende a gerar resultados positivos para as empresas e também para o país como um todo, com a expansão de competências técnicas e organizacionais internas ao país, a geração de emprego e renda e a melhoria da posição da balança comercial brasileira nestes setores. A articulação e a coordenação das iniciativas empresariais e dos agentes governamentais serão importantes para superar os desafios inerentes ao esforço de inserção externa.

6 Referências Bibliográficas

Besanko, D. e Dranove, D. e Shanley, M. e Schaefer, S. *A Economia da Estratégia*. Porto Alegre, Bookman, 2006.

Coutinho, L. G. e Ferraz, J. C. (1995). Estudo da competitividade da indústria brasileira. 3 ed. Campinas: Papirus.

Ferraz, J. C. & Haguenauer, L. & Kuppfer, D. Made in Brazil – *Desafios competitivos para a indústria*. Rio de Janeiro. Campus, 1995.

Porter, M. E. (1986). *Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro. Campus.

A trajetória da inserção internacional das empresas dos setores farmoquímico e farmacêutico instaladas no Brasil tem sido positiva, mas há um grande espaço a ocupar, por se tratar de um mercado dinâmico, que tende a crescer na esteira das alterações econômicas e demográficas resultantes do aumento da expectativa de vida e da longevidade em vários países do mundo. Uma combinação das competências organizacionais em evolução nas empresas brasileiras com uma formulação e implementação mais avançada e específica às necessidades do setor pode produzir efeitos importantes, com benefícios para a economia e a sociedade brasileira.

ISBN - 978-85-60162-44-4