ENTREVISTA – SÉRGIO MENA BARRETO, ABRAFARMA



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Rumo à modernidade

A ABRAFARMA TEM COMO META PARA O PRÓXIMO ANO TRAZER DEZ NOVAS REDES PARA O SEU QUADRO DE ASSOCIADOS. NO MÉDIO E LONGO PRAZO, O OBJETIVO É QUE A ENTIDADE CONGREGUE 50% DAS VENDAS DE TODO O VAREJO FARMACÊUTICO BRASILEIRO

POR TÂNIA LONGARESI

Ao completar 20 anos de atuação, a Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma) prepara-se para conquistar novas marcas. A entidade tem como meta para o próximo ano trazer dez novas redes para o seu quadro de associados. No médio e longo prazo, o objetivo é que a Abrafarma congregue 50% das vendas de todo o varejo farmacêutico brasileiro. Em entrevista exclusiva para o **Guia da Farmácia**, inaugurando a nova sede da Associação, o presidente-executivo Sérgio Mena Barreto afirma que a história da entidade acompanhou a evolução de um País arcaico para o Brasil rumo à modernidade, "mas ainda há muito o que fazer. Estamos atrasados em três pilares básicos da saúde". A seguir, saiba quais são esses três pilares e conheça os desafios do setor.

GUIA DA FARMÁCIA • Nesses 20 anos de Abrafarma, qual foi o principal desafio do setor?

SÉRGIO MENA BARRETO • A Abrafarma nasceu com o objetivo de defender o mercado na época de um Brasil atrasado. Há 20 anos, as leis eram mais restritivas, sintomas de um cenário retrógrado. Um desses sintomas era a restrição de horário do funcionamento das farmácias. Na época, as farmácias não podiam permanecer abertas após as 20 horas e nos fins de semana poderiam ficar abertas apenas no sistema de rodízio. Essa medida foi uma resposta das independentes frente ao crescimento das redes de drogarias, que inovavam e investiam em lojas 24 horas. Outra lei proibia a abertura de novas farmácias ou drogarias a menos de 500 metros de ►

distância. Nossos primeiros desafios foram esses, derrubar duas leis restritivas. E conseguimos. Para completar um cenário nada animador, vivíamos em plena era de hiperinflação, o que dificultava a expansão do setor. A terceira bandeira da entidade recém-criada era a luta pela diminuição da carga tributária dos medicamentos.

GUIA • Nessa terceira bandeira não houve avanço. Por que essa discussão não evolui?

MENA BARRETO • Hoje o Brasil tem a mais alta carga tributária de medicamentos do mundo. Segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT), chega a 35,3%. Durante esses 20 anos, sempre levamos ao palco essa discussão. Acho que essa carga permanece nesse patamar absurdo devido à forma como a sociedade está organizada e representada. O povo não tem força como massa. O medicamento veterinário é isento de tributos porque tem uma bancada ruralista muito bem organizada e articulada, mesmo sendo em menor número na Câmara e no Senado. Já o setor farmacêutico não tem essa representatividade.

O SETOR COMO UM TODO SOMA UM FATURAMENTO SUPERIOR A R$ 42 BILHÕES. AS GRANDES REDES PARTICIPAM COM 40,9% DESSE SETOR, ENQUANTO AS INDEPENDENTES, COM MAIS DE 57 MIL PONTOS DE VENDA, PARTICIPAM COM 47,2%

GUIA • No meio dessa discussão sobre carga tributária, o fato de a Farmácia Popular contemplar medicamentos gratuitos enfraquece esse debate?

MENA BARRETO • Acho que fortalece. Ao ter que discutir o preço de referência dos medicamentos, e negociar com indústria (laboratórios) e varejo, o governo passa por um processo de aprendizagem. Eles começam a entender o quanto é excessiva essa carga tributária e o quanto poderia ser investido ainda mais na Farmácia Popular caso os medicamentos tivessem impostos menores. Acho que até hoje esse debate não evolui porque o poder público sempre deu as costas para a assistência farmacêutica. O governo também paga os medicamentos da Farmácia Popular com os impostos embutidos. Se ele conseguir desonerar, será possível atender um número maior de pessoas com o mesmo orçamento.

As vendas nas grandes redes voltaram a apresentar evolução de dois dígitos

GUIA • E o que significam as vendas da Farmácia Popular nas grandes redes?

MENA BARRETO • Nas farmácias de rede, as vendas da Farmácia Popular registraram um crescimento de 115% de janeiro a setembro do ano passado, em relação ao mesmo período anterior. Já em número de clientes, esse incremento foi de 95,65% e 131% em unidades vendidas. Índices de crescimento bem significativos, mas que comparados ao faturamento do setor ainda são uma participação baixa. O faturamento das drogarias associadas à entidade soma R$ 14,9 bilhões e a Farmácia Popular só participa com 1,5% desse montante.

GUIA • Em relação às vendas do setor, qual a evolução das redes de drogarias?

MENA BARRETO • As vendas nas grandes redes de farmácias e drogarias voltaram a apresentar evolução de dois dígitos. Somado o terceiro trimestre de 2011, o faturamento total superou R$ 14,9 bilhões, índice 19,4% superior aos nove meses do ano passado. Foi vendido 1,24 bilhão de unidades (crescimento de 11,4%) em 3.626 lojas distribuídas em todo o Brasil. Esses números representam um grande salto. Em 1991, o faturamento das redes somava R$ 1 bilhão e hoje chega a R$ 20 bilhões. Nós acompanhamos o crescimento do Brasil. O setor como um todo soma um faturamento superior a R$ 42 bilhões. As grandes redes participam com 40,9% desse setor, enquanto as independentes, com mais de 57 mil pontos de venda, participam com 47,2%.

GUIA • Qual a vantagem para as grandes redes aderirem ao programa Farmácia Popular?

MENA BARRETO • A vantagem é a possibilidade de o setor privado fazer uma parceria com o setor público, olhando para o futuro, com foco no desenvolvimento da assistência farmacêutica. No mundo todo é assim que funciona, venda de medicamentos subsidiada, com reembolso do governo.

GUIA • Assistência farmacêutica é outro tema que, embora seja regulamentado, pouco evoluiu na prática.

MENA BARRETO • Estamos em um processo de aprendizado. Aqui na Abrafarma realizamos mensal- ►

mente reuniões com os farmacêuticos das redes. Mas há um problema para colocar em prática a assistência farmacêutica. Com o Sistema Nacional de Gerenciamento de Produtos Controlados (SNGPC) e sem rastreabilidade, o farmacêutico virou digitador de luxo no ponto de venda. A RDC 44/09, ao regulamentar a assistência farmacêutica, objetivava dar força ao profissional farmacêutico. Mas ao mesmo tempo temos o SNGPC. E quando entrar a obrigatoriedade de registrar também a venda de antibiótico, a situação vai ficar muito pior. É um problema seriíssimo. Nos Estados Unidos, todo o atendimento à saúde tem informações integradas, o que facilita a assistência farmacêutica. Aqui há um excesso de burocracia, não há receituário eletrônico e as informações do SUS não são integradas.

GUIA • Na primeira semana de dezembro, saíram novas regras para a rastreabilidade de medicamentos. O governo abandonou a ideia do selo e adotou um novo sistema. Qual a sua avaliação?

MENA BARRETO • É o modelo que estávamos defendendo com a Anvisa. O Datamatrix é sistema integrado, aberto. Não podíamos aceitar uma ferramenta fechada como era a proposta do Selo da Casa da Moeda. Começamos assim a fortalecer um tripé que pode ser decisivo para a ampliação do acesso à saúde: Cartão do SUS, o Datamatrix e o receituário eletrônico integrados. Quando essa integração acontecer, será um avanço muito grande para o Brasil.

GUIA • O ano de 2011 foi marcado por grandes fusões do varejo farmacêutico. Esse processo deve continuar?

MENA BARRETO • O que estamos vivendo no setor farmacêutico é o mesmo já vivido pelos supermercadistas no passado. Essa busca por tamanho e por volume é um reflexo do fim do Brasil arcaico rumo ao moderno. Acho muito positivo esse movimento, que incentivou ações mais transparentes e promove uma gestão mais eficiente dos negócios. Acredito que esse processo de fusões deva continuar.

GUIA • E quanto à entrada de grandes redes mundiais, como Walgreens e Boots, no país? Como vê essa possibilidade?

MENA BARRETO • Nos últimos cinco anos, o Brasil assumiu o *status* de celeiro de crescimento mundial. Tendência que deve continuar nos próximos anos. Acho perfeitamente possível essas redes entrarem no País. Talvez o maior ponto negativo seja o fato de a Anvisa

COM O SISTEMA NACIONAL DE GERENCIAMENTO DE PRODUTOS CONTROLADOS (SNGPC) E SEM RASTREABILIDADE, O FARMACÊUTICO VIROU DIGITADOR DE LUXO NO PONTO DE VENDA

proibir certas coisas que para o mundo são um absurdo. Como a restrição ao acesso dos Medicamentos Isentos de Prescrição (MIPs). No mundo há um movimento exatamente ao contrário, de aumentar as suítes desses produtos e legalizar novos pontos de venda. Nesse aspecto, a RDC 44/09 é um retrocesso. Mas a Anvisa já convocou as entidades de classe, como a Abrafarma, para rediscutir esse ponto. Há um movimento global para aumentar e facilitar o acesso dos MIPs, já aqui ocorre justamente ao contrário. É um passo atrás ideológico.

GUIA • A Abrafarma acaba de ganhar mais um associado, o Walmart. Como fica essa participação? E por que as drogarias dos hipermercados não decolam?

MENA BARRETO • Não decolam porque a legislação é proibitiva e há um problema de gestão. É um erro estratégico olhar para a farmácia como uma unidade de negócio da rede de supermercado. É um setor completamente diferente, que deve ter uma gestão diferente. O supermercado trabalha com grandes volumes e dezenas de frentes; farmácia é um negócio de unidade, que requer uma logística muito mais ágil e complexa. Mas acho que a chegada do Walmart entre os nossos associados representará um grande ganho para todos. Vai ser um aprendizado para entender como funcionam negócios diferentes.

GUIA • O que esperar para os próximos 20 anos da Abrafarma?

MENA BARRETO • Tivemos um bom começo. Estamos entrando na juventude, em pleno momento em que o Brasil se prepara para entrar de vez na modernidade. Nós estamos preparados para colaborar na condução do País para o tamanho que ele realmente tem e merece.