



Líder do mercado local, a Nissei enfrenta o aumento da concorrência de redes de outros estados. Uma delas é a gaúcha Panvel, que planeja passar de 16 para 30 lojas em Curitiba ainda neste ano

## VAREJO

### Farmácias crescem em ritmo chinês

Mercado brasileiro, que deve chegar aos R\$ 100 bilhões até 2017, começa a atrair estrangeiros

Publicado em 02/06/2013 | CRISTINA RIOS

O varejo farmacêutico cresce em ritmo chinês no Brasil. Embalado pelo aumento do consumo, a forte concorrência e a abertura de novas lojas, o setor vem aumentando suas receitas a taxas de 15% ao ano e não deve parar por aí. A projeção é que as vendas dobrem em cinco anos, atingindo a casa dos R\$ 100 bilhões. O Paraná, que tem 5 mil farmácias, deve responder por 6% desse mercado.

[INFOGRÁFICO: Veja o índice de crescimento das farmácias brasileiras](#)

#### Distribuição

##### Lojas e fabricantes fazem parcerias na área de cosméticos

A venda de cosméticos e perfumaria é uma das responsáveis pelo bom desempenho do setor de farmácias. Cerca de 30% do faturamento das redes é gerado por esses produtos. A previsão, segundo as empresas, é que o percentual chegue a 50%.

Atentos a esse mercado, fabricantes investem em parcerias com redes de drogarias. Há dois anos, a francesa L'Occitane passou a vender seus produtos em drogarias.

"Há uma tendência que as farmácias tenham exclusividade em alguns produtos de determinadas marcas. É o que acontece, por exemplo, com a L'Oreal", diz Julio Mottin Neto, vice-presidente da Panvel.

#### Ebulição

##### Confira os últimos movimentos das empresas no varejo de farmácias:

Em fevereiro, a norte-americana CVS, com faturamento de R\$ 128,3 bilhões, desembarcou no mercado brasileiro com a compra da Drogaria Onofre, com 44 lojas e receita de R\$ 452 milhões no ano passado. Os norte-americanos pagaram equivalente a 10,3 vezes o faturamento da rede.

Hoje 17,5% dos supermercados brasileiros têm farmácias em suas lojas. Nos EUA, a proporção é de cerca de 70%. O Carrefour tem 130 lojas, o Pão de Açúcar, 157, e o Walmart, 288 farmácias.

Fundada em 2009 pelo banco BTG Pactual, a Brasil Pharma realizou sete aquisições entre 2010 e 2012 – entre elas Farmais, Big Ben, Rosário, Mais Econômica, Guararapes, Santana.

Em 2011 a Droga Raia, quinta maior rede do Brasil, e a Drogasil, terceira maior, se uniram para formar o maior grupo de farmácias do país em número de lojas e faturamento.

Semanas depois, a Drogaria São Paulo e a Drogarias Pacheco, líderes de vendas, fizeram uma fusão.

Os cálculos são da consultoria Brasilpar, que faz análises do setor e é especializada em fusões e aquisições. Neste ano, em que a economia não deve crescer mais que 2,5%, o setor deve repetir a taxa de crescimento de 15%, estima a empresa.

O baixo nível de desemprego, o aumento das vendas de produtos com maior valor agregado – como cosméticos – e o envelhecimento da população colocaram o país no radar de investimentos nacionais e estrangeiros nesse setor. Em fevereiro, a norte-americana CVS, maior rede de farmácias dos Estados Unidos, com receita de US\$ 123 bilhões, marcou a entrada de um grupo estrangeiro nesse setor no país ao comprar a rede de drogarias paulista Onofre.

A Walgreens, segunda maior rede norte-americana de drogarias, também se prepara para

fincar sua bandeira no país. A empresa vem fazendo prospecções no mercado e deve, até o fim do ano, fazer uma aquisição por meio do seu braço inglês, a Boots.

A chegada das redes internacionais ocorre em um momento de consolidação do mercado local e pode abrir um novo capítulo para o setor. Nos últimos anos, duas fusões – entre Droga Raia e Drogasil e entre Drogarias Pacheco e Drogeria São Paulo, ambas em 2011 – levaram à criação de gigantes. Outra empresa, a Brasil Pharma, controlada pelo grupo de investimentos BTG, fez várias aquisições, incluindo a rede Farmais.

“O mercado de farmácias passa pelo mesmo processo que o setor de supermercados viveu há alguns anos, com aumento da concorrência, inclusive estrangeira, maior concentração, graças a fusões e aquisições, e forte volume de vendas”, diz Luiz Eduardo Costa, sócio da Brasilpar.

Em 2012, as cinco maiores redes responderam por 29% do faturamento do mercado, de R\$ 49,6 bilhões. Há cinco anos, elas representavam 20% das vendas. Ainda assim, o Brasil tem um nível de concentração bem menor que outros mercados, como o dos EUA. Aqui, redes regionais ainda têm presença forte em seus mercados e rivalizam com empresas de abrangência nacional.

O setor atrai cada vez mais concorrentes. Além das redes de farmácias, os supermercados vêm investindo, há pelo menos uma década, em redes próprias, junto das suas lojas, movimento que vem sendo puxado por Walmart, Pão de Açúcar e Carrefour.

Por trás do interesse das empresas está um mercado com consumo ainda baixo quando comparado a outros países. “Na Argentina ele é de US\$ 123 per capita. No Brasil é de US\$ 110”, diz Costa.

### **Redes nacionais duelam com farmácias de alcance regional**

Curitiba tem uma farmácia para cada 1,7 mil habitantes, índice bem superior ao recomendado pela Organização Mundial de Saúde (OMS), de um estabelecimento para cada 8 mil. Considerada uma das praças mais competitivas do setor no país, a cidade já atraiu redes como Droga Raia e Pague Menos e tem presença forte da rede Nissei, que lidera o mercado local e controla também a rede Minerva.

O aparente “inchaço” no número de farmácias, porém, não inibe o apetite das empresas do setor. A gaúcha Panvel, que desembarcou na capital há cerca de três anos e tem 16 lojas, pretende fechar o ano com 30. Os investimentos devem somar cerca de R\$ 9 milhões.

Segundo Julio Mottin Neto, vice-presidente da empresa, três delas serão abertas nos próximos meses no Ecoville, na Avenida Iguazu e no shopping Pátio Batel. Para ele, o crescimento do mercado de genéricos e o avanço das farmácias na venda de produtos de higiene e limpeza têm puxado o crescimento do mercado de farmácias.

O grupo projeta crescer 18% e faturar R\$ 2 bilhões em 2013. Ao contrário da Nissei, que aposta em produtos de conveniência – como alimentos e bebidas – em suas lojas, a Panvel investe pesado em higiene e perfumaria, em especial no seu mix de marca própria. “A marca própria da rede já representa 19% das vendas do segmento de higiene e beleza, que por sua vez gera 33% dos negócios do grupo”, diz Mottin Neto.

Segunda maior rede de farmácias em faturamento do país, a cearense Pague Menos, com 600 lojas, pretende expandir sua presença no estado, de 20 lojas para 50 até 2014, segundo o presidente da companhia, Deusmar Queirós.

A intenção, diz ele, é também partir para municípios menores, com até 100 mil habitantes. Os investimentos, em 2013, devem somar R\$ 150 milhões no país. A meta é ter mil lojas no Brasil até 2017. Para este ano, a rede deve crescer 18% e atingir faturamento de R\$ 3,9 bilhões. A Raia Drogasil, que tem 45 lojas no estado, não revela quantas lojas deve abrir no Paraná, mas estima 130 novas unidades em todo o país.

O presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos do Paraná, Edénir Zandoná Júnior, diz que vê com preocupação a expansão do número de lojas em ritmo acelerado. Para ele, o mercado não está tão bom como pregam as grandes redes. “As pessoas estão com menos dinheiro no bolso, as vendas caíram”, diz. Os números do IBGE, no entanto, mostram que as receitas do setor subiram 9,4% no primeiro trimestre.

### **20 lojas**

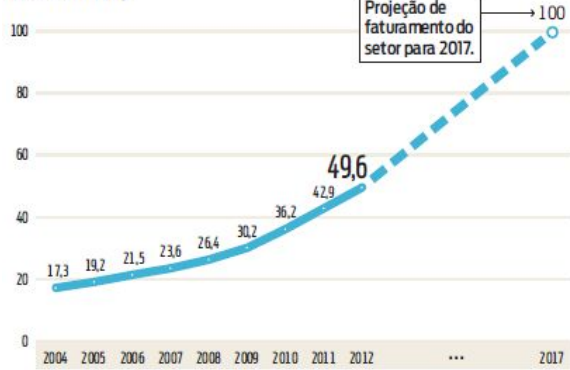
No Paraná tem a cearense Pague Menos, segunda maior rede do país. Até 2014, o grupo – que também pretende entrar em municípios menores, de até 100 mil habitantes – quer chegar a 50 farmácias no estado.

## BOOM

Faturamento do setor de farmácias no Brasil deu um salto nos últimos anos. Acompanhe:

### Evolução das receitas

Em bilhões de R\$



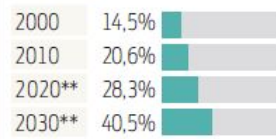
### Gasto anual per capita em farmácias

Em US\$



Fonte: Brasilpar.  
Infografia: Gazeta do Povo.

### População idosa no Brasil\*



\* Acima de 60 anos. \*\* Projeção.

### Concentração do setor

Participação das cinco maiores redes

