

Entrevista com Grupo Italfarmaco

Ana Girbal

Directora Geral

www.itf-farma.pt

Com quality media press para Expresso & El Economista

Quality Media Press – Fale-nos um pouco da história do grupo.

R. – O Grupo Italfarma tem dois pólos de internacionalização. Pela proximidade geográfica e não só, Portugal foi um dos primeiros países onde Espanha apostou. A actividade em Portugal começou em 1999. Nesta altura para arrancar as operações em Portugal criou uma parceria com o grupo Iberfar, que é um grupo português. Começou quase do zero, porque cada grupo entrou com um produto que tinha vendas muito residuais e tudo o resto foi construído a partir daí. Em 2003 o grupo Italfarma acabou por comprar a totalidade do capital. Dependemos da filial de Espanha, ou seja Portugal reposta a Espanha e por sua vez Espanha reporta a Itália.

A partir de 2003 começou com uma nova dinâmica e que teve bons resultados, com um crescimento satisfatório. Este ano de esperamos vender um pouco mais de 10 milhões de euros. Temos vindo a desenvolver um port-folio, nalguns casos com produtos do grupo ou através de Itália ou de Espanha, noutros casos através de negociações directas que fazemos a partir de Portugal.

Q. – Que tipo de produtos estão a comercializar no mercado português?

R. – Nós neste momento a partir de Janeiro de 2008 fizemos uma operação com decisão/fusão com duas companhias no mercado português. Uma está dedicada ao segmento dos medicamentos genéricos, actualmente fornecemos 6 produtos. No segmento das marcas, nós comercializamos 13 produtos, que se dividem em três áreas terapêuticas, uma que se dedica à saúde da mulher, outro segmento dedicado à dor (anti-inflamatórios, analgésicos), e mais recentemente a área do sistema nervoso.

Q. – Como se divide a facturação entre os produtos dos genéricos e os de marca?

R. – Houve uma altura em que estava nos 50/50, actualmente das marcas já tem maior peso de novo e estará sensivelmente nos 40/60.

Q. – O mercado português e o espanhol são semelhantes?

R. – Eu acho que a maior diferença é a que não se pode ultrapassar facilmente, a dimensão, que condiciona claramente algumas apostas. O grupo Italfarma apostou muito em produtos de boa qualidade e de baixo preço com o sentido de ter um negócio de volume, o que em Portugal é relativo. Algumas das apostas que

temos vindo a fazer é nesse sentido (volume), inclusivamente nós em Portugal lançamos alguns produtos sem reembolso, em Espanha foram lançados com reembolso, logo as estratégias de mercado tem que ser diferentes. É complicado termos uma estratégia de nicho que em Espanha existe e que aqui em Portugal representa muito pouco, não tem dimensão para volumes elevados.

Acho que a dimensão é um factor importante e que torna os mercados muito diferentes. Do meu ponto de vista não será possível seguir o caminho de Espanha. O mercado farmacêutico português é mais pequeno que Espanha, no entanto em termos competitivos tem tantas companhias como o mercado espanhol. Há uma pressão em termos de delegados médicos mais alta que a Espanha. Esta realidade leva a que haja presenças diferentes nos vários mercados. Portugal tem que procurar o caminho da inovação porque se não for assim não nos destacamos no mercado, tem que procurar ter algumas diferenças relativamente aos outros. Nós felizmente podemos ter autonomia para podermos adaptar e alterar se for preciso.

Q. – O sector farmacêutico português está a mudar?

R. – O sector está a evoluir seguramente. As companhias que quiserem sobreviver terão de ser mais competitivas e melhores. As dificuldades que as companhias portuguesas tem vindo a ter percebem-se claramente, vieram de um ambiente muito protegido, quem se consegue adaptar sobrevive. Não há razão para as empresas se lamentarem, tem de olhar para as oportunidade e seguir em frente. Se todas as organizações tiverem um postura de optimismo e dinamismo, onde consigam encontrar um caminho valido faz com que consigam ir para a frente, não vejo razão para que não se possa caminhar em frente e ter sucesso. Penso que o mercado continuará a evoluir e cada vez mais competitivo.

Q. – Acha que no futuro vai existir maior integração entre o mercado espanhol e o português?

R. – Não sei se vai haver mais integração entre os dois mercados. Acho que sobretudo vai haver mais presença, sobretudo em vir de Espanha para Portugal. Isto porque no sector farmacêutico a maioria das empresas não tem capacidade para se internacionalizar, alias se conseguirem sobreviver eu já acho muito satisfatório, a não ser que mudem radicalmente de postura. Em relação à entrada de empresas espanholas em Portugal é possível, tem-se assistido a essa entrada nos últimos anos.

Q. – Quais os objectivos do grupo para os próximos 3 anos?

R. – Claramente gostaríamos de continuar a crescer a 2 dígitos nos próximos 3 anos. As perspectivas que temos em termos de port-folio queremos crescer principalmente nas marcas, aproveitar as oportunidades que existirem nos genéricos.

Q. – Que sectores terapêuticos podem dar melhores oportunidades no futuro?

R. – Pela minha experiência há sectores terapêuticos onde nós não temos muita presença, mas que são muito aliciantes. A área do sistema nervoso é uma área que nos interessa a nível internacional e a todo o grupo, onde temos a possibilidade de ter alguns nichos de mercado de alto valor terapêutico.

Q. – Onde gostaria de ver o Grupo Italfarma em 2012?

R. – Aquilo que nós gostaríamos seria que uma das empresas com alguma notoriedade em algumas áreas terapêuticas, nós temos algumas hipóteses de poder evoluir. Gostaria também que a empresa pudesse ser uma companhia bem sucedida. Que fosse uma companhia em que as pessoas que cá trabalham se sentissem bem a trabalhar connosco com aquele espírito de conquistadores. Como objectivo a empresa portuguesa deve ser sólida, sustentável, com uma posição no ranking daquela que temos agora. Ao ter uma dimensão um pouco maior teríamos possibilidade em conjunto com Espanha de podermos ter mais projectos de desenvolvimento.