

SKU – 050.083

Perfil de Produtos



O que é importante saber sobre conceitos e critérios da Indústria Farmacêutica? Parte 4

O perfil de produto publicado segue conforme definição de cada instituto de pesquisa, ou mesmo mercado montado pelos laboratórios farmacêuticos, por seguirem um padrão de sua organização. **Produtos farmacêuticos** são substâncias ou combinações de substâncias fabricadas para prevenir, diagnosticar, tratar ou aliviar sintomas de doenças ou condições médicas em humanos e animais. Eles podem ser de origem sintética, biotecnológica ou natural e são regulamentados para garantir segurança, eficácia e qualidade. Os produtos farmacêuticos incluem uma ampla gama de categorias, como medicamentos de prescrição, medicamentos isentos de prescrição (MIPs), vacinas, suplementos alimentares e produtos biológicos.

Esses produtos passam por rigorosos processos de pesquisa, desenvolvimento e testes clínicos antes de serem aprovados por órgãos regulatórios (como a Anvisa no Brasil ou a FDA nos EUA) para garantir que sejam seguros e eficazes para o uso indicado.

Categorias principais de produtos farmacêuticos:

- a) Medicamentos de prescrição (RX): Necessitam de receita médica para serem adquiridos, geralmente por tratarem condições mais graves ou que requerem acompanhamento médico.
- b) Medicamentos isentos de prescrição (MIPs): Podem ser comprados sem receita médica, indicados para condições leves e de fácil manejo pelo próprio consumidor.

- c) Produtos biológicos: Incluem vacinas, terapias de anticorpos, proteínas recombinantes, e são geralmente mais complexos de fabricar.

Esses produtos têm impacto direto na saúde pública e no bem-estar, e suas vendas e marketing são altamente regulamentados para proteger o consumidor.

Análise das Informações, disponibilizadas pelos Institutos de Pesquisa

- RX-Produto de Prescrição
- OTC-Over-the-Counter e MIP-Medicamento Isento de Prescrição

A diferença entre OTC (Over-The-Counter) e MIP (Medicamento Isento de Prescrição) está basicamente no escopo e na terminologia usada em diferentes contextos.

a) OTC (Over-The-Counter):

Definição: Refere-se a qualquer medicamento que pode ser comprado sem receita médica.

Uso: Termo amplamente utilizado no mundo inteiro, especialmente em países de língua inglesa. É uma designação mais ampla que inclui medicamentos vendidos diretamente ao consumidor sem a necessidade de uma prescrição.

Exemplos: Analgésicos (como o ibuprofeno), antialérgicos, xaropes para tosse.

b) MIP (Medicamento Isento de Prescrição):

Definição: Refere-se aos medicamentos que, especificamente no Brasil e em alguns outros países de língua portuguesa, não precisam de prescrição médica para serem comprados. São classificados pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) como seguros e eficazes para uso sem acompanhamento médico.

Uso: O termo MIP é a designação utilizada mais comumente no Brasil para esses medicamentos.

Exemplos: Inclui medicamentos como antiácidos, remédios para resfriado, antitérmicos e outros que são vendidos sem receita.

Diferença Principal:

OTC é um termo genérico que pode se referir a qualquer medicamento vendido sem receita, em qualquer país.

MIP é uma categoria de OTC, mas o termo é usado principalmente no Brasil e regulamentado pela Anvisa.

Resumidamente, todos os MIPs são OTCs, mas nem todos os OTCs são chamados de MIPs em todos os países.

Consumer Health refere-se ao segmento do mercado de produtos e serviços que promovem a saúde e o bem-estar dos consumidores diretamente, sem a necessidade de prescrição médica. Isso abrange produtos voltados ao cuidado pessoal e à prevenção de doenças, como medicamentos isentos de prescrição (MIPs), suplementos alimentares, vitaminas, cosméticos, produtos de higiene, e dispositivos médicos que podem ser adquiridos diretamente pelo consumidor.

Principais Características no Marketing Farmacêutico:

- a) Autocuidado: O foco está em permitir que os consumidores cuidem de sua própria saúde, promovendo o conceito de "autocuidado responsável".

- b) Educação e Informação: O marketing de Consumer Health investe em campanhas que educam o público sobre o uso correto dos produtos, reforçando a segurança, eficácia e os benefícios de escolhas saudáveis.
- c) Facilidade de Acesso: Como os produtos são vendidos sem prescrição, estão disponíveis em farmácias, supermercados e até plataformas online, aumentando a conveniência para o consumidor.
- d) Marketing Direto ao Consumidor (DTC): Ao contrário de medicamentos sujeitos a prescrição, que são promovidos principalmente aos profissionais de saúde, os produtos de Consumer Health são promovidos diretamente ao consumidor final, utilizando estratégias de branding, publicidade, promoções e mídias sociais.

Objetivo:

O principal objetivo do Consumer Health no marketing farmacêutico é atender à demanda por produtos de saúde que possam ser facilmente acessados e utilizados de forma segura pelo consumidor, promovendo um estilo de vida mais saudável e prevenindo doenças sem a necessidade de intervenção médica direta.

Análise das Informações

- o OTC (Over-the-Counter) e MIP (Medicamento Isento de Prescrição) – Esse perfil de produtos pode ser adquirido por meio de negociações realizadas pelos laboratórios farmacêuticos com Institutos de Pesquisa na área de Produtos Farmacêuticos ou Consumer Health, ou em ambas as áreas, se a empresa for híbrida e atuar nos dois perfis de produtos.
- o PEC-Personal Care, ou cuidados pessoais, são aqueles destinados à higiene, cuidados corporais, e estética. Eles abrangem uma ampla gama de itens usados no cotidiano para melhorar a saúde, o bem-estar e a aparência. Esses produtos são essenciais para a manutenção de hábitos de higiene e cuidados pessoais, abrangendo tanto itens básicos do dia a dia quanto produtos voltados para estética e beleza. Exemplo de produtos PEC: higiene pessoal – sabonete, desodorante etc.
- o PAC-Patient Care, ou cuidados com o paciente, são aqueles destinados ao cuidado e manejo de pacientes em ambientes de saúde, como hospitais, clínicas, ou em casa. Esses produtos ajudam na prevenção, monitoramento, diagnóstico, e tratamento de condições médicas, além de proporcionar conforto e segurança ao paciente. Esses produtos são essenciais para garantir um cuidado adequado, prevenindo complicações, promovendo o conforto e auxiliando no tratamento de condições agudas e crônicas em diferentes ambientes de saúde. Exemplo de produtos PAC: cuidado com feridas e curativos – gaze, ataduras etc.
- o NTR-Nutrition, estão relacionados à nutrição e suplementação, com o objetivo de melhorar a saúde e o bem-estar por meio de uma dieta equilibrada, suporte nutricional ou suplementação para atender a necessidades específicas. Esses produtos são amplamente usados tanto por indivíduos saudáveis quanto por pacientes que necessitam de cuidados nutricionais especializados. Esses produtos de NTR-Nutrition são amplamente utilizados para otimizar a nutrição em diferentes cenários, incluindo esportes, envelhecimento saudável, controle de peso, e apoio ao tratamento de condições médicas. Exemplo de produtos NTR: suplementos para saúde digestiva – probióticos, enzimas digestivas etc.

Informações da Autora

Roseli Campoi

Acumulou vasta experiência na IQVIA durante 25 anos em supervisionar a equipe de atendimento ao cliente e gerenciamento nas áreas de Relacionamento com os Parceiros Estratégicos, Vendas e Treinamento. Na área de treinamento foram treinados mais de 10.000 profissionais das empresas: Apsen, Bayer, Cristália, Eurofarma, GrupoSC, Hypera, Libbs, Merck, Novo Nordisk, Novartis, Grupo Santa Cruz, Profarma, Servimed, RD, DPSP, Pague Menos, Febrifar, entre outras. O prêmio CEO Team Award é um dos mais importantes reconhecimentos de performance da IQVIA e Roseli recebeu essa excelência por fazer parte do time das iniciativas estratégicas com foco no cliente.

Obteve Pós-graduação: Master em Marketing e Vendas na conceituada Business School São Paulo e participou do Módulo internacional: La Gestión Empresarial y el Desafío de la Sostenibilidad da EOI-Escuela de Organización Industrial em Madrid, na Espanha. Networking internacional, contato com as melhores práticas e modelos de gestão europeus.

Desde 2005, faz parte do Grupo do Bem que é composto por amigas que resolveram fazer algo para o próximo. O lema é: Fazer o bem faz bem! É uma ONG que trabalha em várias frentes, com doações para prestar assistência aos nossos irmãos necessitados.

campoi070365@gmail.com

Direitos Autorais

O conteúdo deste artigo é de inteira propriedade do “Autor”, e seus respectivos direitos autorais são protegidos pela Lei 9.610 de 19.02.1998. Qualquer uso, divulgação, cópia ou disseminação de todo ou parte deste material sem a citação da fonte, são expressamente proibidos.

Responsabilidades Autorais

Adicionalmente além dos direitos da posse do conteúdo, também incide sobre o “Autor” os deveres e responsabilidades sobre sua criação de conteúdo. Este artigo é de inteira responsabilidade do “Autor” e pode não refletir necessariamente a linha educacional, conceitual, ideológica ou programática da SBTD – Sociedade Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento.

Key Words deste Artigo (em ordem alfabética)

-

- Gestão de Dados
- Indústria Farmacêutica
- Marketing
- Produtos

