

NOTA TÉCNICA AO PROJETO DE LEI Nº. 2.158/2023

A ABMAPRO – Associação Brasileira de Marcas Próprias e Terceirização subscreve a presente nota para esclarecer a todos que possam interessar que, sendo a entidade representativa da Marca Própria no Brasil, tem a responsabilidade de elucidar o conceito, como ocorre sua produção e comercialização bem como seus reflexos na saúde e na economia do consumidor final, de modo a evidenciar a importância de o país estar em consonância com o que acontece globalmente e contribuir para a tramitação do **Projeto de Lei nº 2.158/2023**.

Nesse contexto, é indispensável esclarecer que toda e qualquer marca própria fabricada no Brasil é produzida por indústrias devidamente regularizadas pelos órgãos competentes, atendendo às exigências da Anvisa para obtenção da **AFE Autorização de Funcionamento**, além do cumprimento ao **CDC – Código de Defesa do Consumidor** e do **INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia**, que estabelece requisitos, em especial os de caráter compulsório, em conformidade com a legislação nacional vigente. Esse rigor regulatório assegura qualidade, segurança e transparência ao consumidor, reforçando a relevância do setor no cenário econômico e social do país.

Isso posto, vale ressaltar que no Brasil, assim como em todo o mundo, o varejo que possui marca própria realiza uma verificação de qualidade tanto na unidade fabril de seu fornecedor, **antes de contratá-lo**, quanto por meio do monitoramento frequente da qualidade **dos produtos já disponíveis nas gôndolas**, à disposição de seus clientes. Trata-se de uma conduta praticada globalmente, evidenciada, no ano passado, pela criação da **QUALIFICAÇÃO DE FORNECEDORES ABMAPRO**, que utiliza um checklist com mais de **duzentos itens de controle de processo e de Garantia da Qualidade**, contemplando ainda os pilares de ESG, criteriosamente analisados.

Ao longo dos últimos 20 anos, a Marca Própria foi responsável por transformar **pequenas indústrias em gigantes** em seus processos e sistemas de qualidade, o que, por sua vez, impulsionou a evolução de suas próprias marcas no mercado. Hoje, algumas delas já exportam seus produtos graças à inovação e à qualidade desenvolvidas no país.

A Marca Própria contribuiu para que a **GS1 Brasil** fosse **mundialmente a primeira** a ter mais itens de produtos com o Código 2D, pois entendemos ser primordial ter rastreabilidade sistêmica totalmente sob controle em toda a cadeia.

Todas essas medidas foram supramencionadas para ilustrar o que segue:

- A venda de medicamentos no canal Alimentar tem o total apoio da **ABMAPRO**. Nas imersões internacionais realizadas anualmente, tanto na Europa quanto nos Estados Unidos, observa-se que essa prática já é uma realidade consolidada há bastante tempo;
- Nos varejos do canal alimentar, assim como no canal farma, a marca própria nos medicamentos isentos de prescrição (MIPs) se fazem presentes em todos os continentes do planeta. **Em nenhum, absolutamente nenhum país**, existiu algum caso fortuito relevante que colocasse em risco o consumidor ou à economia do país;
- Do ponto de vista econômico, nos países onde a marca própria está presente, observasse uma melhora significativa da saúde do consumidor. Um estudo recente – dezembro/2024 – **realizado pela The European House Ambrosetti**, mostra que a marca própria hoje é responsável pela **melhora da saúde de 20 % dos consumidores de classes menos favorecidas** pela oportunidade de acesso a produtos saudáveis por custarem cerca de 30% menos permitindo uma **economia inclusive às despesas governamentais com a saúde pública**.
- A Marca Própria é a responsável pelo crescimento e geração de empregos de indústrias nacionais em todos os segmentos onde está presente. Atualmente Instituto como PROTESTE – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor – endossa a qualidade dos produtos Marca Própria que tem sido os mais aprovados nas análises de controle do instituto.
- Em nenhum país em que a Marca Própria possui relevância foram registrados problemas econômicos decorrentes de práticas anticoncorrenciais. Pelo contrário, o acesso aos insumos, sejam matérias-primas ou embalagens são adquiridos pela indústria farmacêutica no mercado nacional. Em particular, alguns Ingredientes Farmacêuticos Ativos (IFAs), assim como grande parte do setor industrial farmacêutico, ainda apresentam dependência de importações. Como podemos pensar que um grande varejista poderia importar medicamento marca própria uma vez que o varejo não é fábrica e não tem capacidade técnico- científica para importar alguns produtos que requerem maior conhecimento técnico e adequação à legislação brasileira como exemplo: eletroeletrônicos, aparelhos com tecnologia avançada, quem dirá medicamentos onde colocaria em risco a marca do varejo. Mundialmente os **varejos têm marca própria somente em MIP, todas produzidas localmente por fornecedores regulamentados e auditados**. No Brasil, além dos MIPs, podemos considerar a possibilidade de produção de marca própria de **Medicamentos de Baixo Risco (MBR)**, definidos por regulamentações da Anvisa, como a **RDC nº 576/2021**, que estabelece um **processo de regularização simplificado**.

Esses medicamentos são classificados como produtos seguros, com formulações bem estabelecidas, histórico consolidado de uso e baixo risco de causarem efeitos adversos graves;

- Um ponto importante quando tratamos de medicamento Marca Própria é entender quem tem maior poder de compra: um Carrefour com cerca de 112 Hipermercados ou a RD que atingirá 3.500 lojas em 2025? De forma coerente, o que nos leva a crer que *“acontecerá uma alteração de grande vulto na estrutura de venda de medicamentos no Brasil resultando na introdução de novos agentes com grande poder de compra, negociação com fornecedores e de acesso direto ao consumidor com o domínio de mercado em detrimento da indústria nacional”* se o perfil do consumidor é o mesmo e a população permanece a mesma? As farmácias já não têm acesso direto ao consumidor? A população irá consumir mais por ter acesso a medicamentos Marca Própria nos supermercados?
- Os argumentos utilizados pelas indústrias de medicamentos para mostrar que a Marca Própria representa um risco ao negócio desse segmento são absolutamente equivocados. A Marca Própria não é responsável por comprometer o parque industrial de química fina brasileiro, até porque, há 30 anos, o Ocidente decidiu transferir suas fábricas para a Ásia, e a Marca Própria sequer existia no Brasil em várias outras categorias, quem dirá em medicamentos.
- As empresas varejistas com menor poder de negociação não estão expostas à concorrência predatória como é bastante sabido pela indústria nacional e internacional de medicamentos uma vez que já fornecem medicamentos para as Redes de farmácias independentes nas quais se agruparam para sobreviverem às grandes redes do canal farma.
- O Chile e o México seguem com suas marcas próprias e ganham consumidores que tem a percepção da qualidade dos produtos. **Não se tem notícias verídicas** que tenha acontecido **práticas anticoncorrenciais**, ao contrário, lá como cá, as marcas próprias contribuem para novas construções de fábricas nacionais impulsionando a propriedade intelectual, a economia local com geração de emprego e aumento do parque industrial nacional exatamente como temos orientado os associados uma vez que a Geopolítica deve ser considerada nos tempos atuais.

CONCLUSÃO

É com responsabilidade, transparência, coerência e principalmente com foco no nosso propósito principal de **fomentar a indústria e o varejo nacional** para que cresçam e tenham produtos de **acesso a todos os consumidores brasileiros**

sempre **preservando a saúde e bem-estar da população** por serem nossos **CHEFES**, salvaguardando a **concorrência DE FATO leal**, que entendemos ser **imperativo a alteração do texto a ser apresentado pelo relator, Senador Humberto Costa (PT/PE) permitindo a comercialização de MIP – Medicamentos Isentos de Prescrição nos canais Alimentar como Hiper, Supermercados e Similares e Farma como Farmácias, Drogarias e Distribuidores** para dessa forma, sim, consolidarmos o CEIS – Complexo Econômico e Industrial da Saúde e fortalecermos as políticas de acesso a medicamentos de qualidade no Brasil.


Neide Montesano
Presidente

Somos mais de 100 associados, que geram um faturamento superior a R\$ 212 bilhões, com mais de 250 mil colaboradores, diretos e indiretos.

