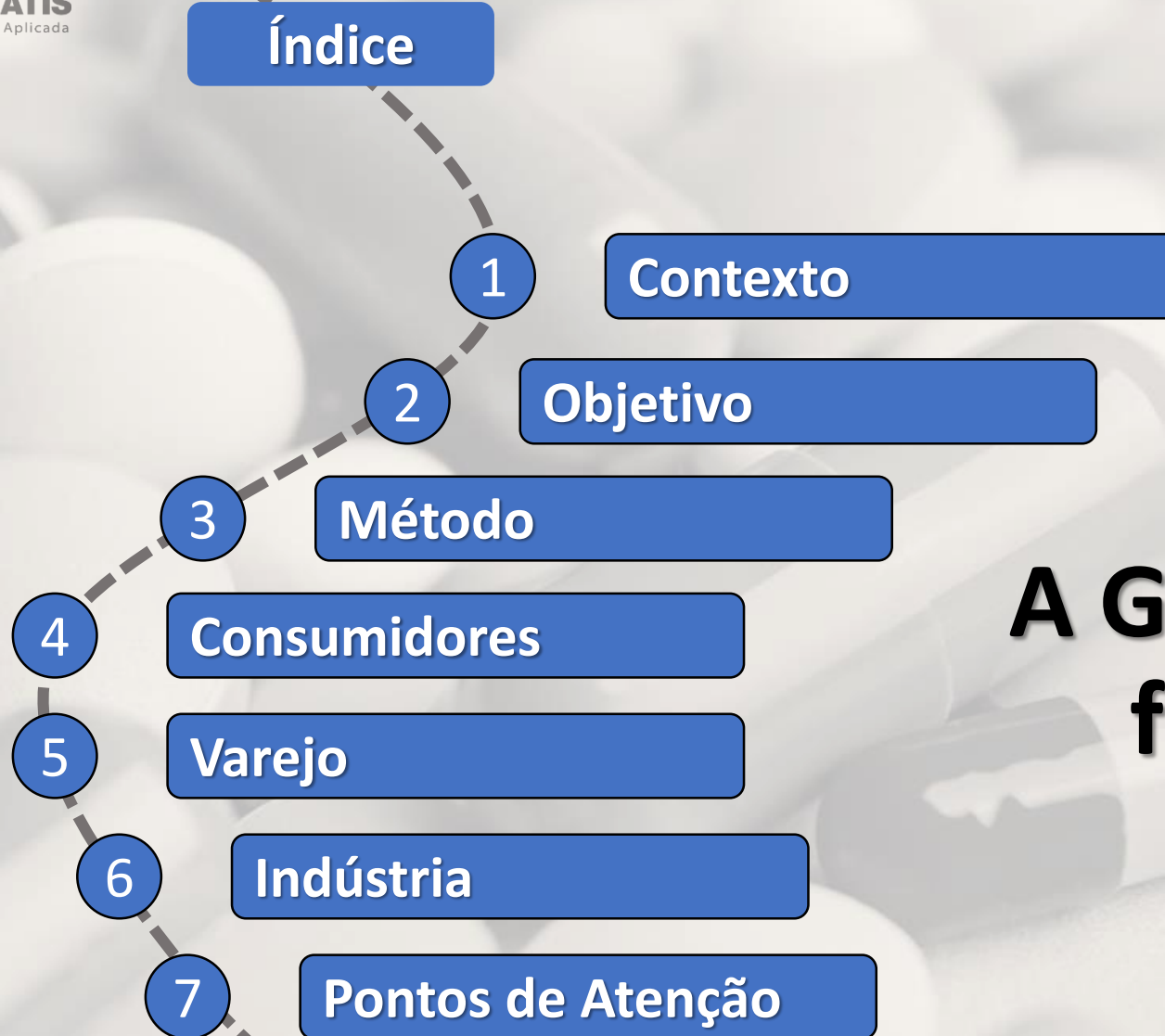




Estudo A Geografia do varejo farmacêutico no Brasil

Abril de 2024





A Geografia do varejo farmacêutico no Brasil



Contexto

Segundo o **Ranking SBVC 2023**, em 2022 as **18** maiores redes de farmácia representam R\$ 84,7 bi. É um segmento que significa 12,4% do faturamento total das 300 empresas do Ranking.

Segundo a ABRAFARMA – Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias, o mercado de farmácias em 2023 foi de R\$ 199,6 Bi, incluindo perfumaria. São 92.282 farmácias em operação em 2023. Sem considerar estes últimos produtos, o mercado é de R\$ 90,8 Bi para as 30 maiores redes.

Segundo a ABRAFARMA o mercado de suas associadas cresceu cerca de 12,1% em 2023, o mercado associativo 10,1%, as farmácias independentes 2,1% e as outras redes 0,6%, comparativamente ao ano anterior.

Globalmente, o instituto IQVIA indica que a partir de 2025 espera-se uma desaceleração no crescimento anualizado, com aumento médio de 5% a.a. No Brasil, entretanto, a projeção é que o mercado deve crescer entre 9% e 12%.

Algumas tendências tomam fôlego e impulsionam este mercado, principalmente: a expansão do e-commerce, a maior frequência de compras, o investimento em marcas próprias oferecendo maior valor ao consumidor e a ampliação do conteúdo digital sobre saúde.

Segundo o Instituto IQVIA, o mercado brasileiro de farmácias movimentou em 2023, R\$ 184,4 bilhões (aproximadamente US\$ 37 bi.), o que representaria apenas 2,4% do mercado global, estimado pelo mesmo instituto em US\$ 1,56 tri no mesmo ano. Se tomarmos como base o fato de nossa população tenha representado 2,72% da população mundial, o mercado brasileiro parece ter ainda grande espaço para crescer acima da média mundial.

Esta conclusão é importante pois contribui para a credibilidade da projeção, feita pelo mesmo IQVIA, de que o mercado brasileiro crescerá entre 9% e 12% a.a. nos próximos anos, ao passo que o mercado mundial, que vem de um forte período de crescimento desde 2019 (cerca de 22%), deverá crescer mais lentamente, em torno de 5% a.a. em média no mesmo período.



Objetivos do Estudo

O objetivo fundamental deste estudo é apresentar **como acontece o consumo farmacêutico no Brasil**, segundo suas **regiões geográficas** e classes socioeconômicas. É fundamental ressaltar que o espaço dedicado a cosméticos e perfumaria em geral dentro das farmácias, cresceu fortemente nos últimos anos no país.

O estudo foi desenvolvido pela **Cognatis** exclusivamente para a SBVC, com base em seus bancos de dados sobre demografia, consumo e empresas e que reúnem mais de **3 mil variáveis**, além da utilização de sua ferramenta de georreferenciamento, **Nettool Pro®**.

Foram analisados aspectos relacionados aos **consumidores** e **ao varejo de lojas físicas**.

O resultado final foi uma **visão geral de como se comporta a cadeia de consumo farmacêutico Brasil**, assim como o que os consumidores compram e quanto gastam.

As variáveis referentes aos gastos e ticket médio apresentadas no estudo, referem-se àqueles feitos na categoria, nos domicílios que consumiram estes produtos.



Método

O método utilizado para a preparação deste estudo baseou-se na captura das informações constantes no **Banco de Dados da Cognatis**, que conta com mais de 3.000 variáveis e que são originárias de fontes públicas, elaboradas e atualizadas. As informações do Censo 2022, disponibilizadas pelo IBGE já foram incorporadas ao banco de dados.

As fontes principais deste estudo são aquelas fornecidas pelo **IBGE**, além daquelas constantes no **Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas da Receita Federal** enriquecidas com outras informações pela **Cognatis**.

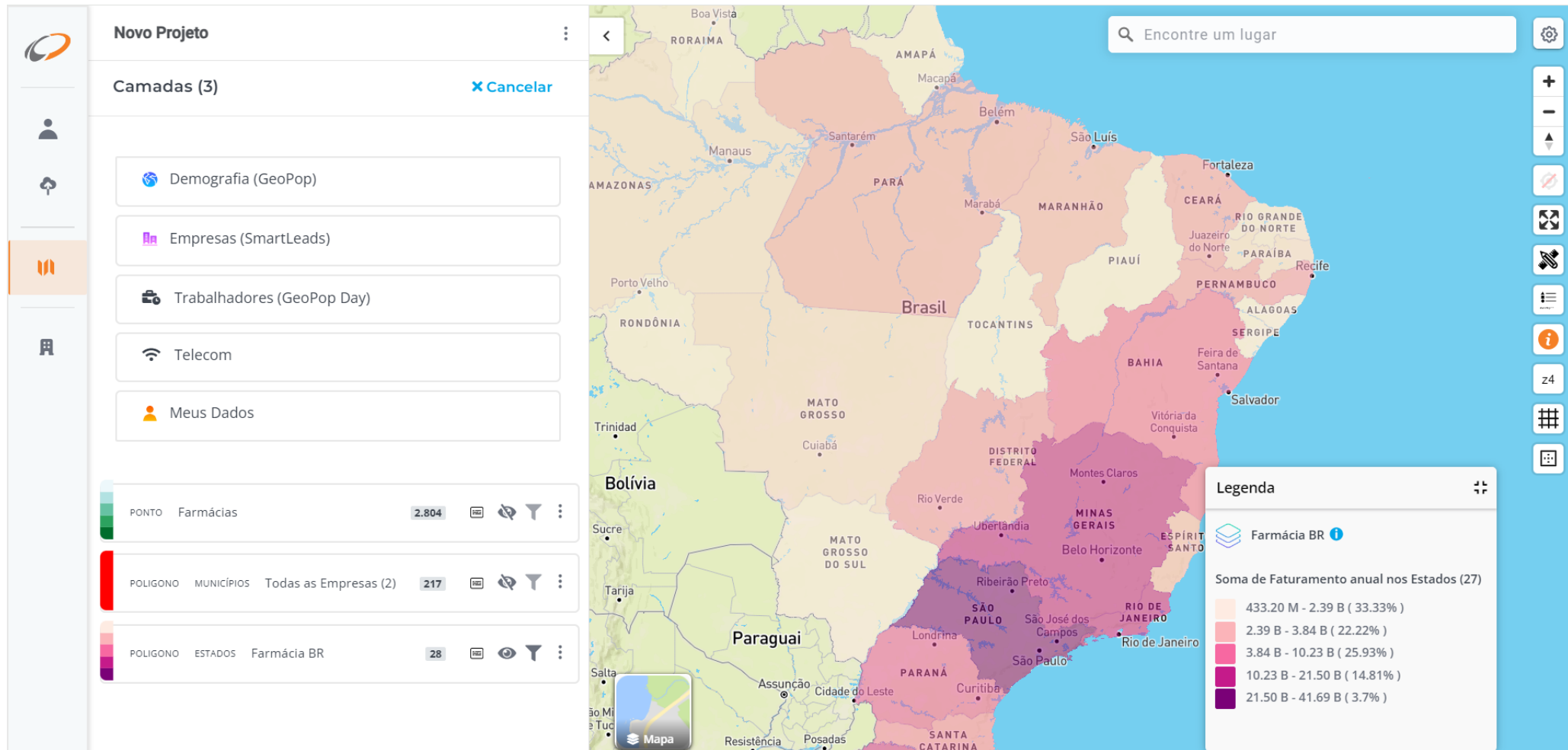
Os mapas e informações georreferenciadas foram produzidas a partir da **plataforma de Geomarketing Nettool® Pro da Cognatis** que permite espacializar não apenas o banco de dados da empresa, como também outros bancos de dados de clientes ou de outras entidades que podem ser aportados na ferramenta.

A plataforma Nettool® é uma **ferramenta on line de Geomarketing** que permite que o banco de dados da Cognatis seja acessado e trabalhado visualmente em termos de mapas e tabelas, além de permitir a geração de novas variáveis e a incorporação de novos dados do banco exclusivo do usuário. É possível ainda incorporar **dashboards inteligentes** que podem fornecer respostas rápidas, tais como faturamento presumidos para pontos de venda, site location (melhores opções de expansão), etc. Estes dashboards podem ser tanto **descritivos**, apresentando e descrevendo uma situação específica quanto **prescritivos**, neste caso sendo apoiados por Machine Learning e Inteligência Artificial.

O **Geomarketing é uma ferramenta poderosa** com inúmeras aplicações para o varejo, para os prestadores de serviços e para a indústria e pode ajudar significativamente na **minimização de riscos** e na **potencialização de recursos**.

O **MAPPpoint®** é uma ferramenta suportada por Inteligência Artificial e busca apoiar a expansão estratégica de redes de varejo e o **GeoPop®** é o banco de dados geomercadológico mais atualizado do Brasil, contando com mais de 3 mil variáveis. O **GeoPop®** pode ser também acessado por API.

O Nettool® Pro pode ser operado de forma simples após um rápido treinamento sendo acessado diretamente através de um endereço web





Consumidores

Uma visão geral da estrutura populacional brasileira

Região Norte

População: 17.354.884
8,5% do Total

Região Nordeste

População: 54.658.515
26,9% do Total

Região Centro-Oeste

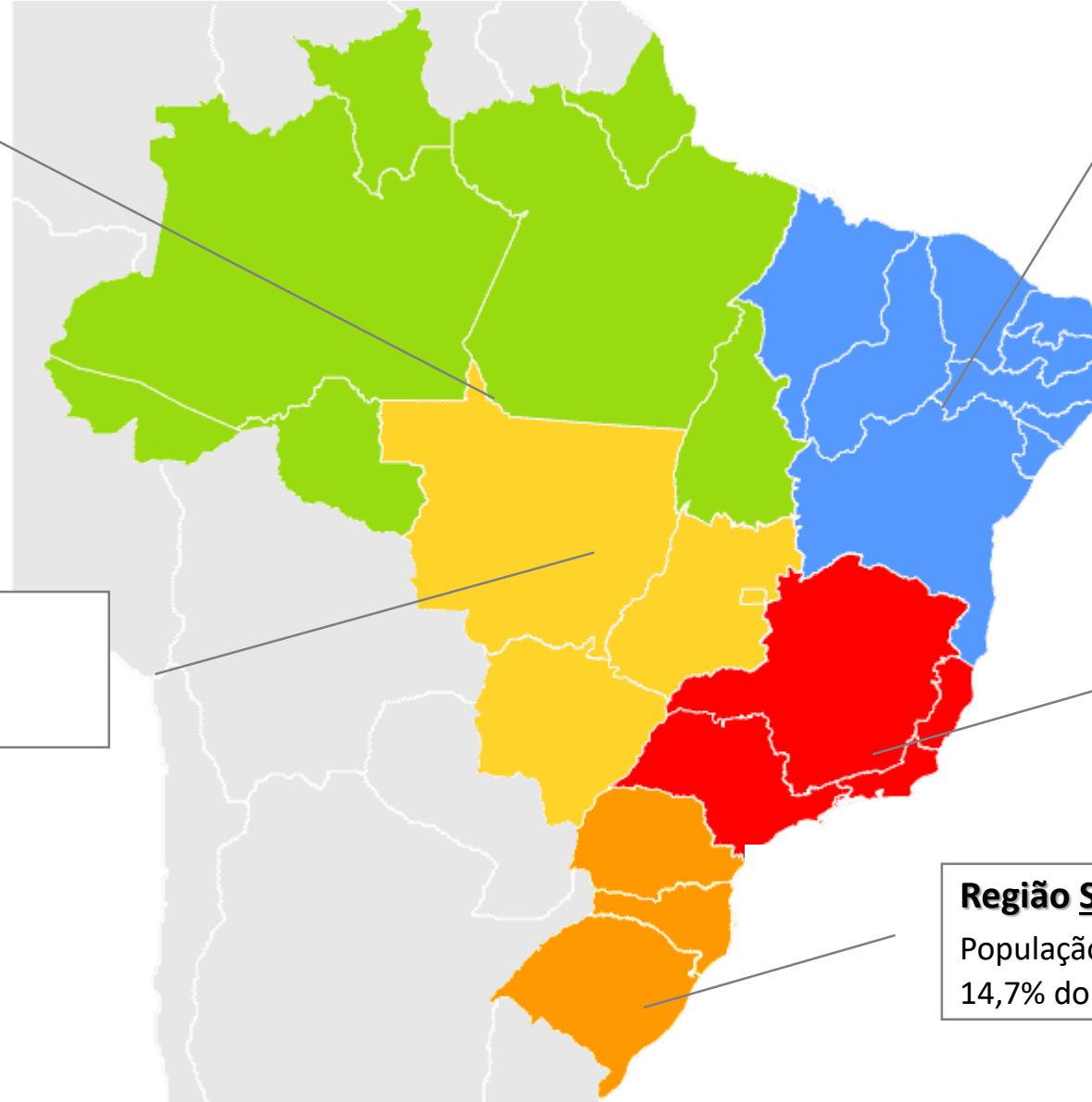
População: 16.289.538
8,0% do Total

Região Sudeste

População: 84.840.113
41,8% do Total

Região Sul

População: 29.937.706
14,7% do Total



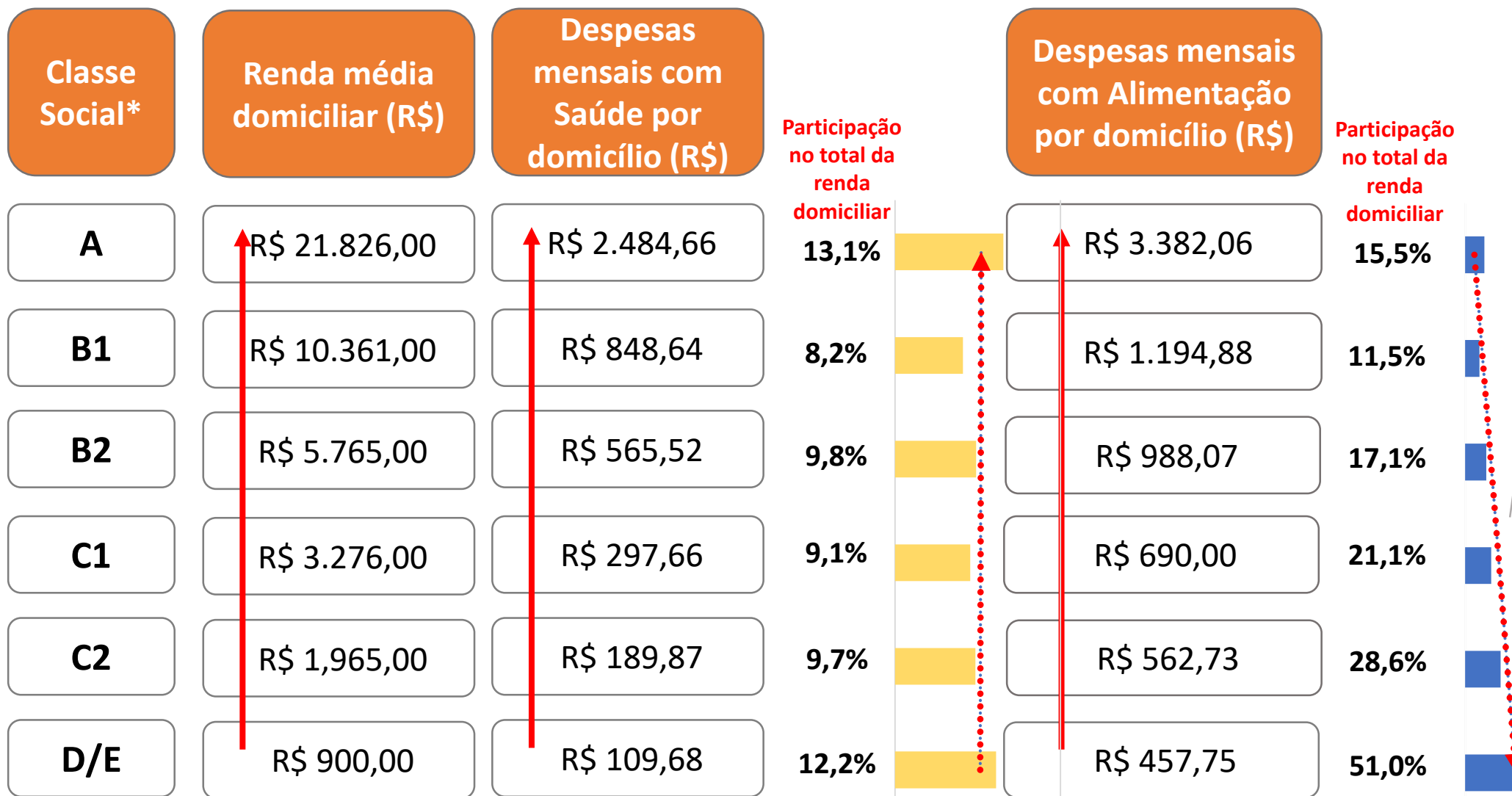
A classificação socioeconômica utilizada neste estudo é aquela definida pela **ABEP – Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa através do Critério Brasil - Versão 2022** e que classifica os domicílios brasileiros segundo variáveis relativas aos itens de posse, grau de instrução do chefe do domicílio e acesso a serviços públicos. A renda média estimada para cada estrato socioeconômico com base na PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE é a seguinte:

Estrato Socioeconômico	Renda Média Domiciliar (R\$)
A	21.826
B1	10.361
B2	5.755
C1	3.276
C2	1.965
D/E	900

Gastos com saúde por Classe Social no Brasil

Classe Social*	Despesas mensais com Saúde por domicílio (R\$)	Aumento entre despesas de classes	Despesas mensais com Remédios por domicílio (R\$)	Aumento entre despesas de classes
A	R\$ 2.484,66	236,0%	R\$ 644,09	182,3%
B1	R\$ 848,64	50,1%	R\$ 228,18	-0,1%
B2	R\$ 565,52	90,0%	R\$ 230,43	34,6%
C1	R\$ 297,66	56,8%	R\$ 171,19	25,3%
C2	R\$ 189,87	73,1%	R\$ 136,60	83,1%
D/E	R\$ 109,68		R\$ 74,60	

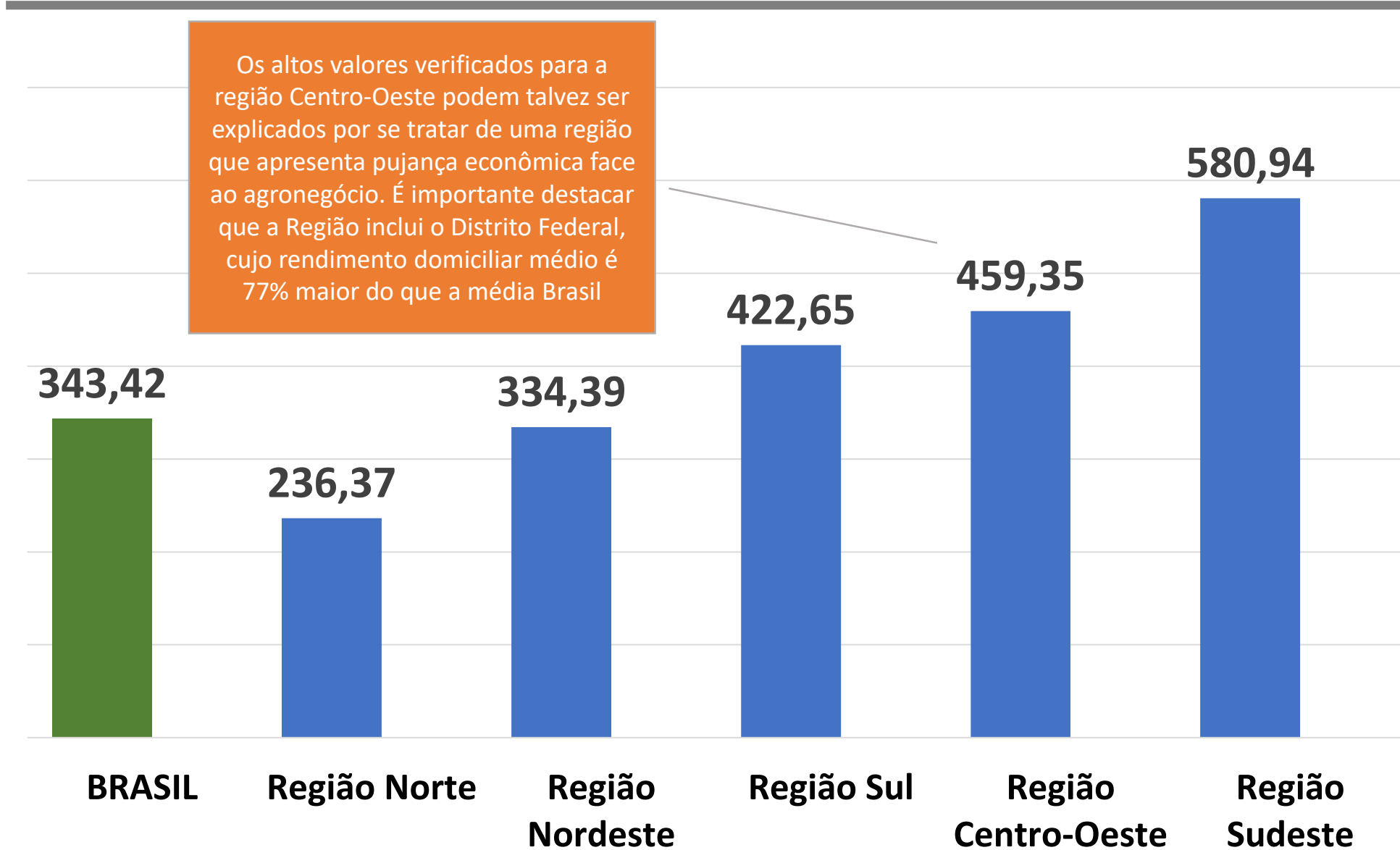
Varição de despesas entre as classe é menos sentida nas despesas apenas com remédios, do que com as despesas gerais de saúde, Aqui se evidenciam os gastos com planos de saúde.



A despesa com alimentação segundo classes socioeconômicas indica que quanto mais alta a renda, menor é a incidência desta na renda familiar. Isso não se verifica na despesa com saúde, onde a participação é semelhante entre as classes. Uma das possibilidades é o gasto de classes sociais mais ricas com planos de saúde. Os programas de transferência de medicamentos para as classes mais pobres podem tender a diminuir estas despesas, que poderiam ser até maiores.

Despesas médias com Saúde por domicílio

Por Região Geográfica (R\$)



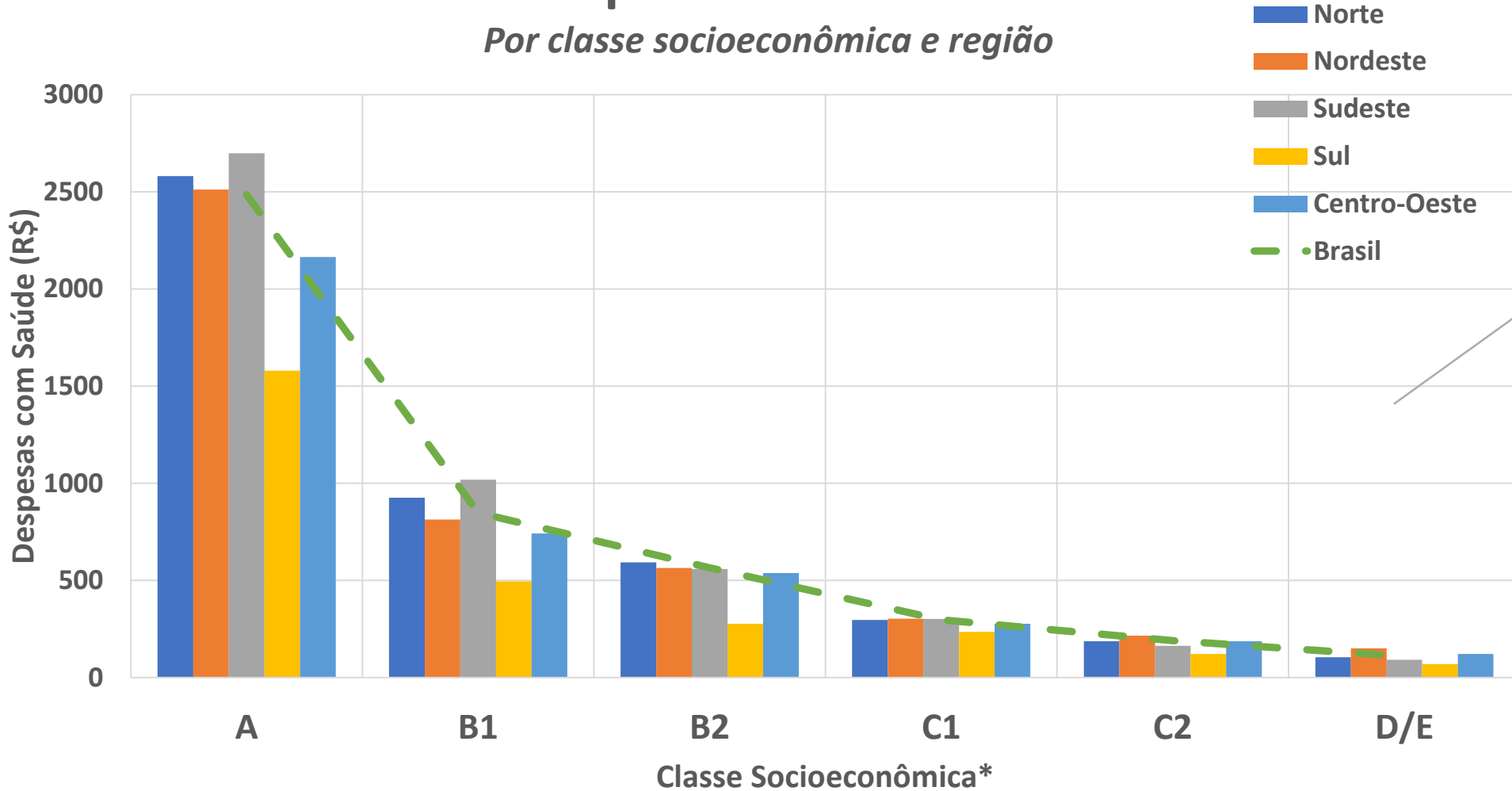
Despesas com Saúde por Classe Socioeconômica e por Região

Por domicílio

Região Geográfica	Classe Sociais ** (R\$)					
	A	B1	B2	C1	C2	D/E
Norte	2581,19	925,33	592,72	297,11	187,81	105,1
Nordeste	2510,9	813,1	563,75	303,8	216,3	150,96
Sudeste	2698,63	1018,98	558,73	302,42	163,73	92,52
Sul	1579,95	495,6	277,14	235,35	121,52	69,18
Centro-Oeste	2164,41	741,58	538,84	277,66	187,05	122,42
Brasil	2484,66	848,64	565,52	297,66	189,87	109,68

Despesas com Saúde

Por classe socioeconômica e região



Nas classes socioeconômicas mais altas, a Região Sudeste apresenta os maiores valores em gastos com Saúde. Já nas classes mais baixas, Nordeste e Centro-Oeste aparecem com destaque. A Região Sul apresenta os menores valores médios de gastos com Saúde por domicílio em todas as classes sócioeconômicas

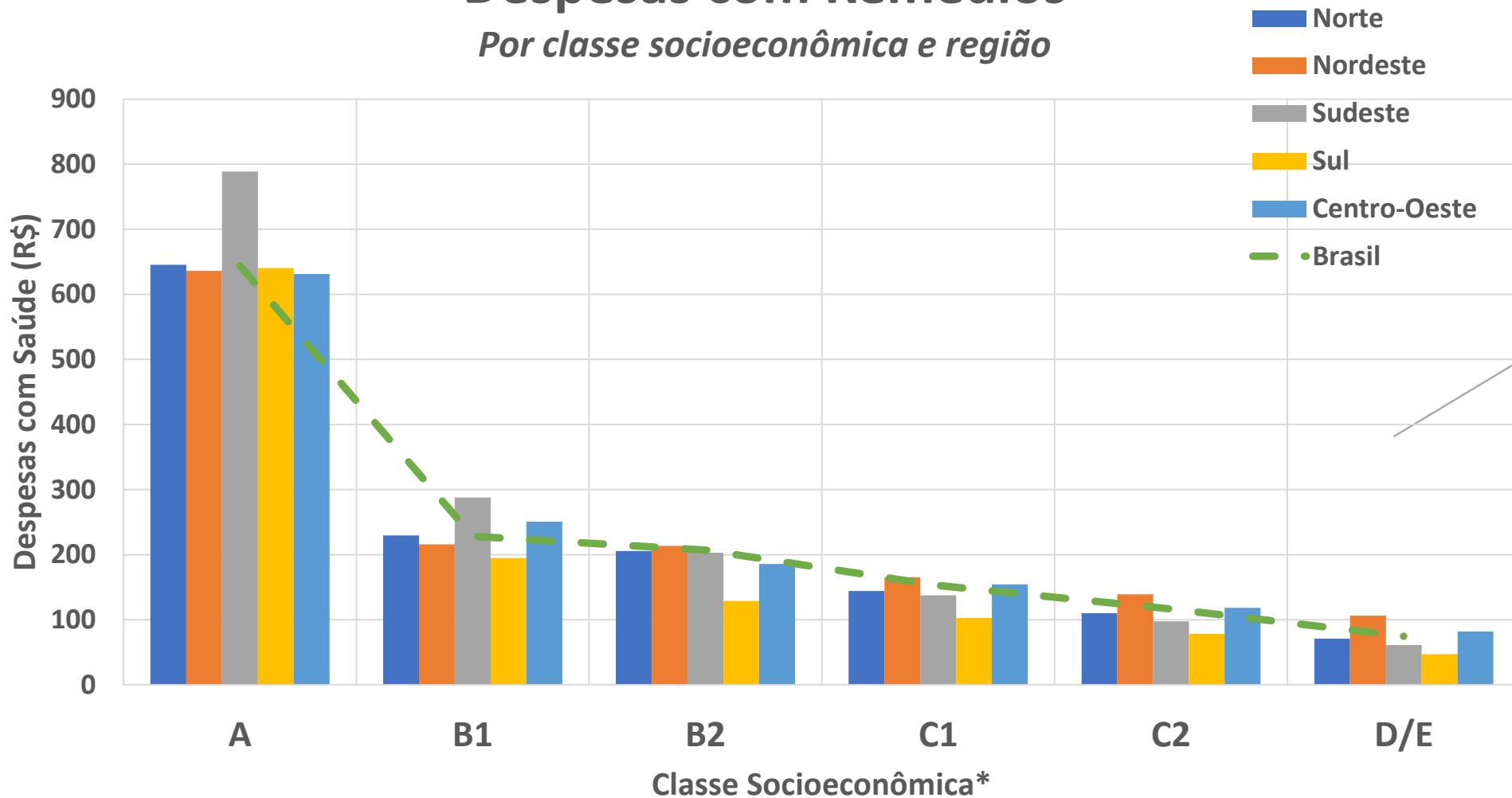
Despesas com Remédios por Classe Socioeconômica e por Região

Por domicílio

Região Geográfica	Classe Sociais *(R\$)					
	A	B1	B2	C1	C2	D/E
Norte	645,48	229,56	205,80	144,13	110,21	70,97
Nordeste	635,97	216,00	213,75	165,44	139,34	106,42
Sudeste	788,67	287,84	202,82	137,45	97,61	61,36
Sul	640,18	194,74	128,84	102,61	78,31	47,08
Centro-Oeste	631,40	250,92	185,80	154,49	118,30	82,01
Brasil	644,09	228,18	207,14	152,60	116,61	74,6

Despesas com Remédios

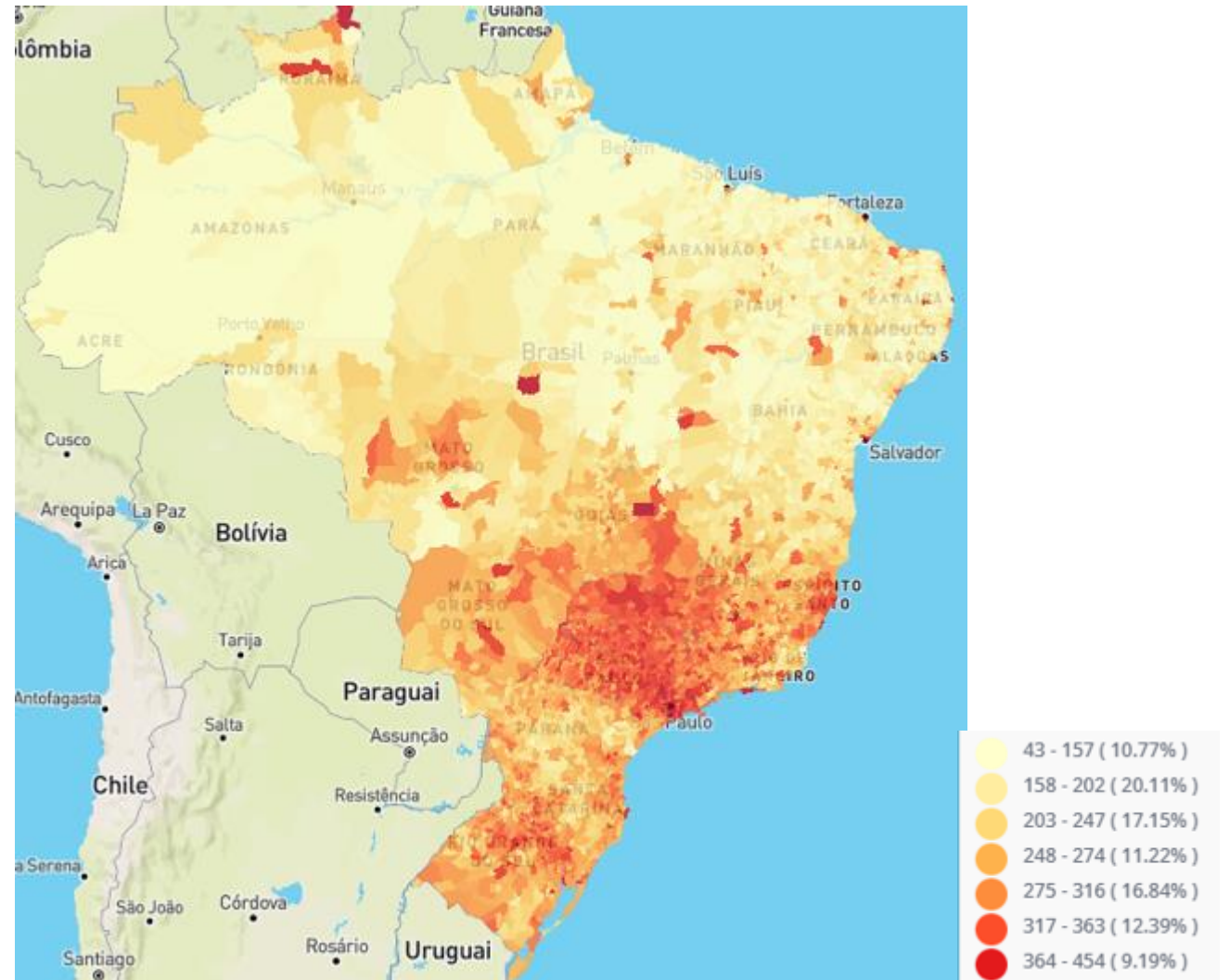
Por classe socioeconômica e região



Nas classes socioeconômicas mais altas a Região Sudeste segue com valores mais altos para os gastos com remédios. Nas classes mais baixas, o Nordeste apresenta os maiores valores. A Região Sul segue com os menores gastos por domicílio.

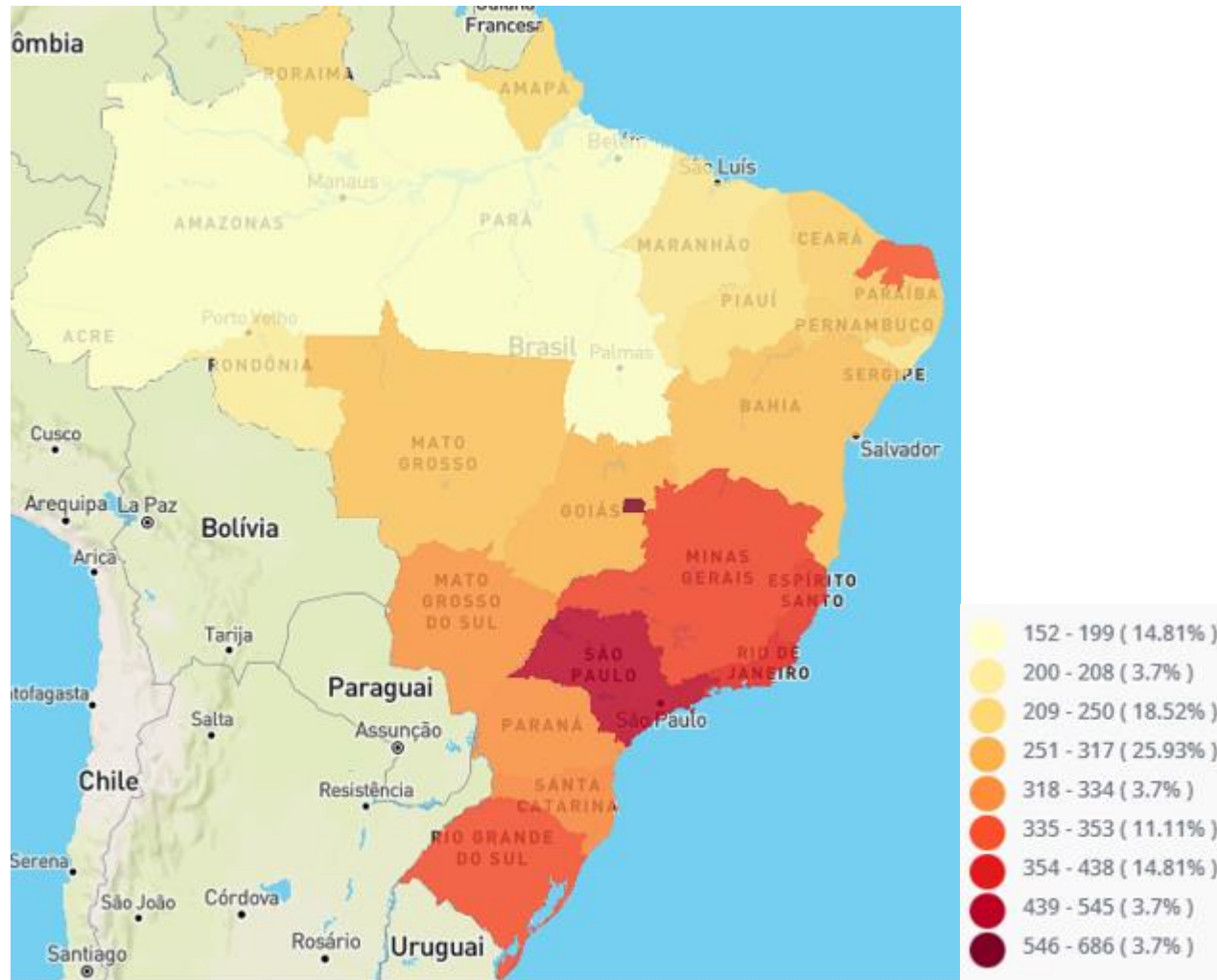
Ticket Médio gastos mensais com remédios

O mapa ao lado mostra através da intensidade de cores o **ticket médio domiciliar de gastos com remédios**, permitindo verificar os maiores gastos nas regiões **Sudeste, Sul** e também parte do **Centro-Oeste**, com destaque para **Brasília**.

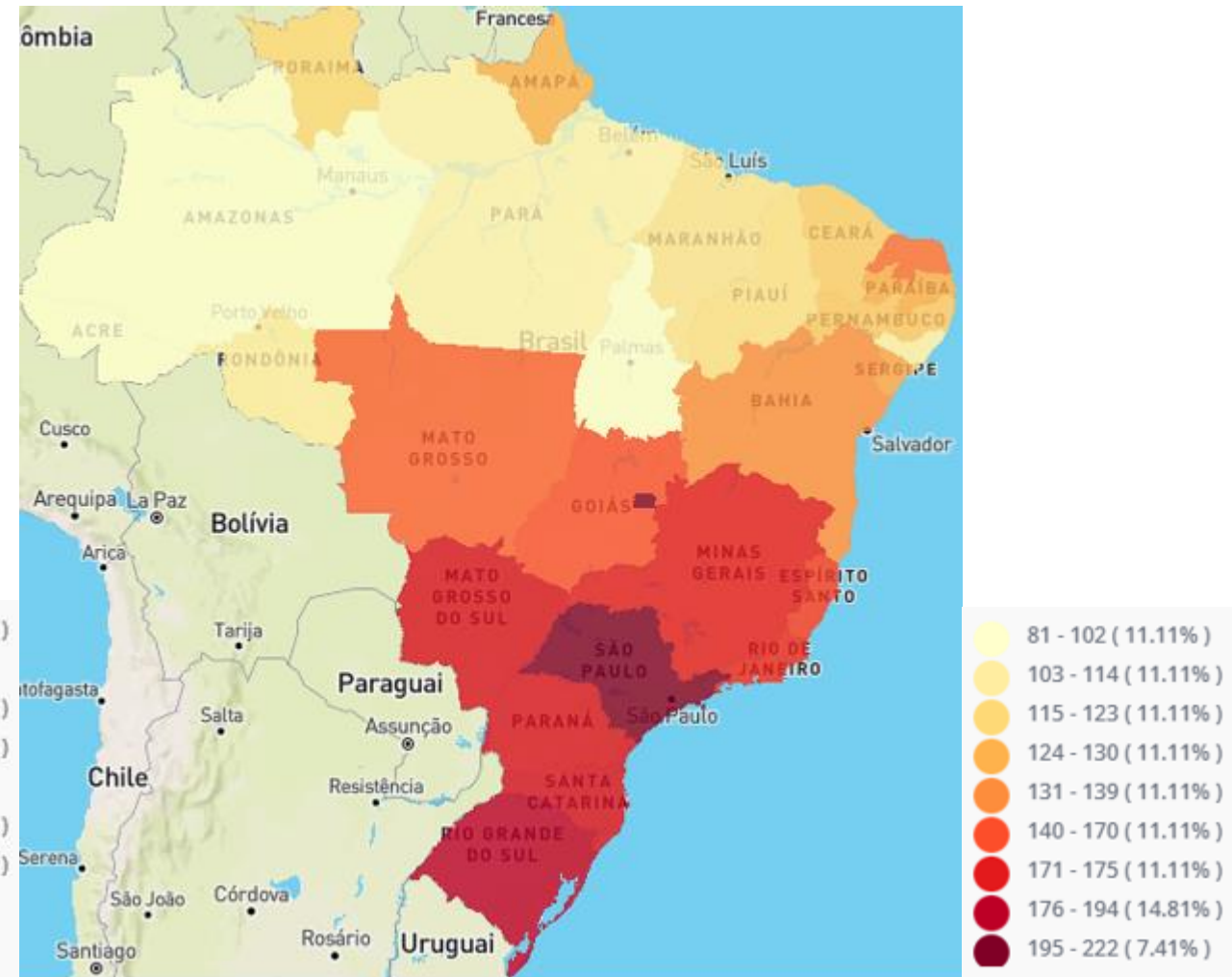


Ticket Médio por Unidade da Federação

Ticket médio com saúde por UF



Ticket médio com remédios por UF





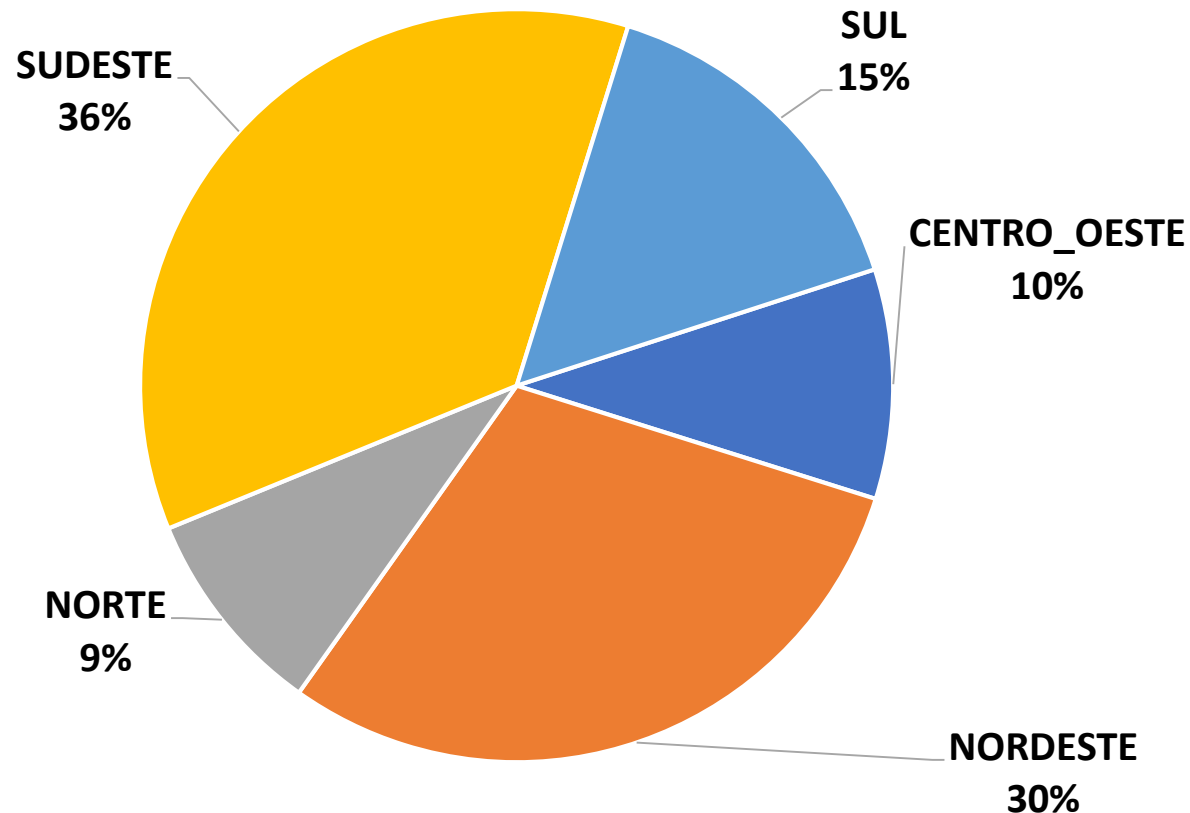
Varejistas

Estrutura da distribuição de Farmácias

Atualmente são 99 mil Farmácias no Brasil. As redes de farmácias representam quase 20% em termos de unidades.

Distribuição de farmácias

Regiões Brasileiras 2023

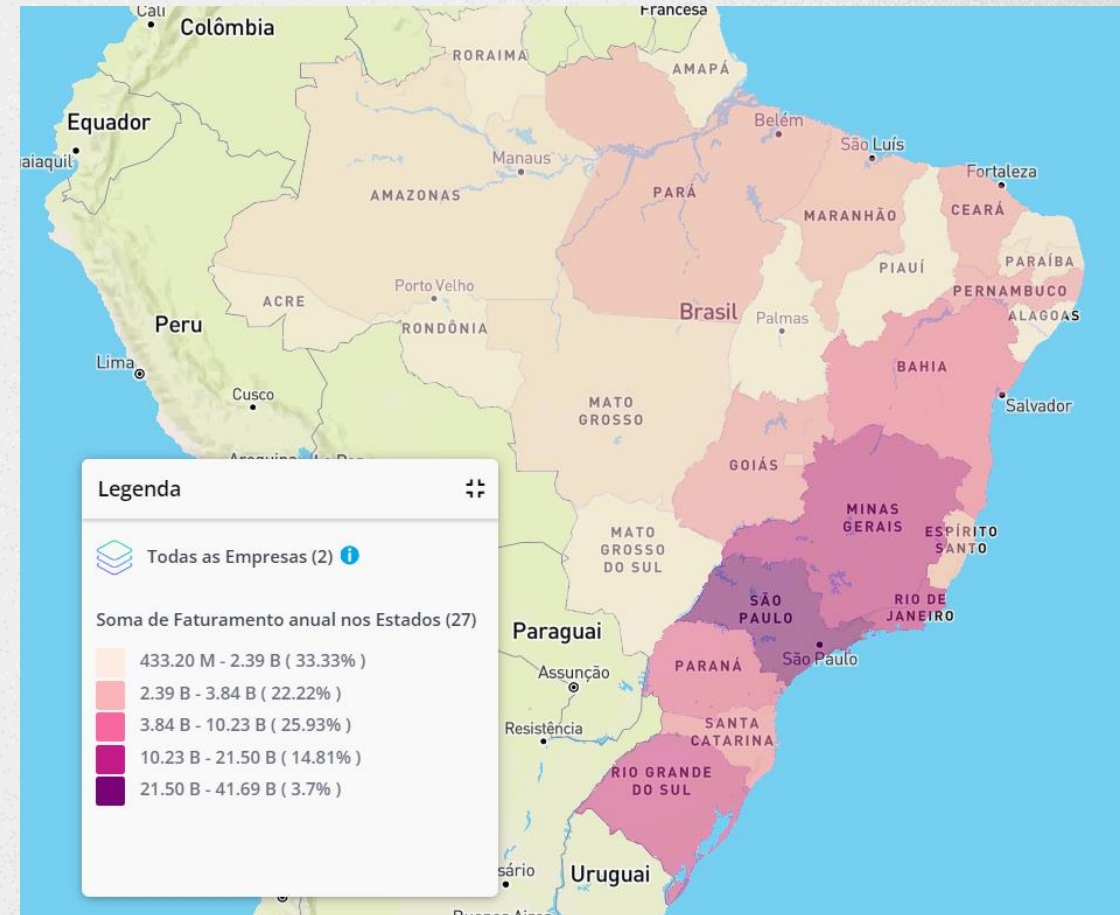
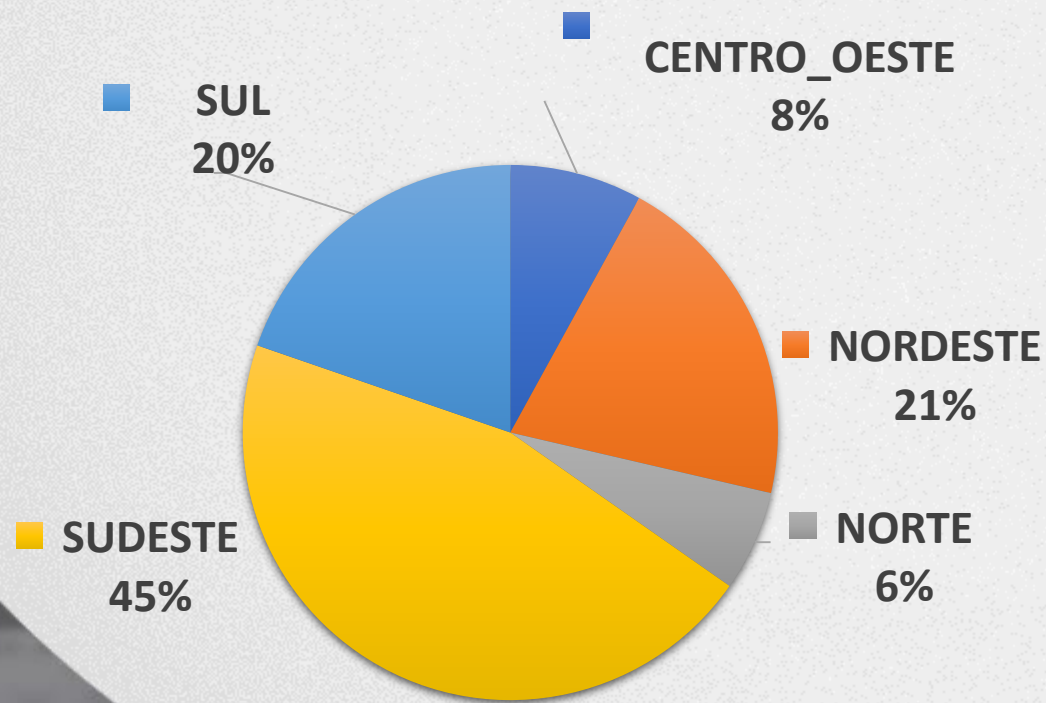


Região	Número de farmácias	Farmácias/10.000 hab
Norte	8.970	5,2
Nordeste	29.901	5,5
Sudeste	35.912	4,2
Sul	15.186	5,1
Centro-Oeste	9.847	6,1
Brasil	99.816	4,9

Grandes Números

- o mercado brasileiro de farmácias movimentou em 2023, R\$ 199 bilhões (fonte ABRAFARMA). As 30 maiores redes de varejo farma representam cerca de 48% do faturamento do canal

Distribuição de farmácias por faturamento
Regiões Brasileiras 2023



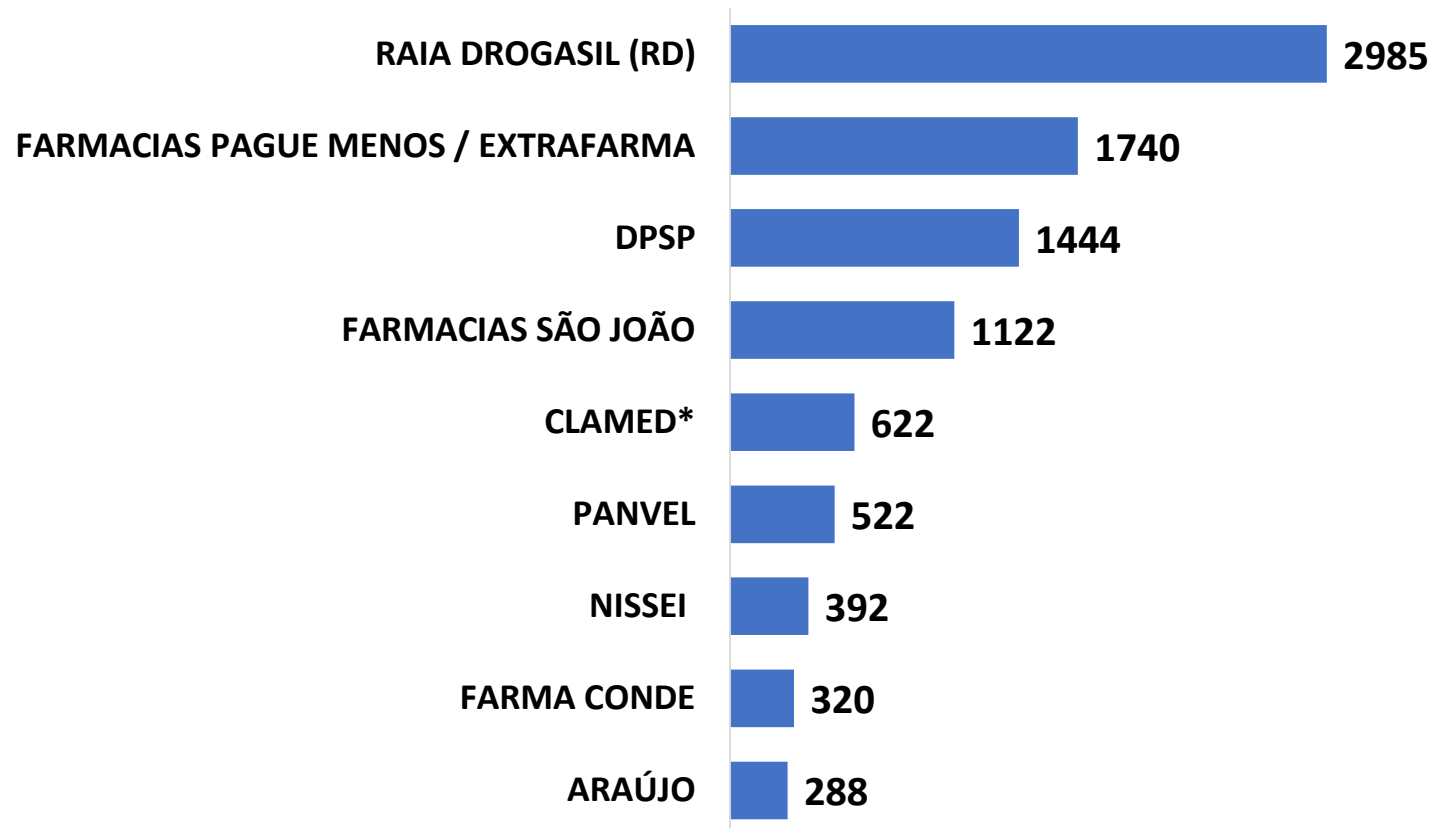
Estrutura da distribuição de Farmácias

em comparação com Supermercados e Hortifrutis

Região	Farmácias / 10.000 hab	(Supermercados + Minimercados) / 10.000 hab	Razão Supermercados a cada Farmácia	Hortifruti / 10.000 hab
Norte	5,2	26,5	5,1	3,5
Nordeste	5,5	29,8	5,4	5,3
Sudeste	4,2	19,7	4,7	6,2
Sul	5,1	25,2	4,9	4,2
Centro-Oeste	6,1	25,7	4,2	5,7
Brasil	4,9	24,3	5,0	5,4

Redes de Farmácias

Número de lojas Dez 2023



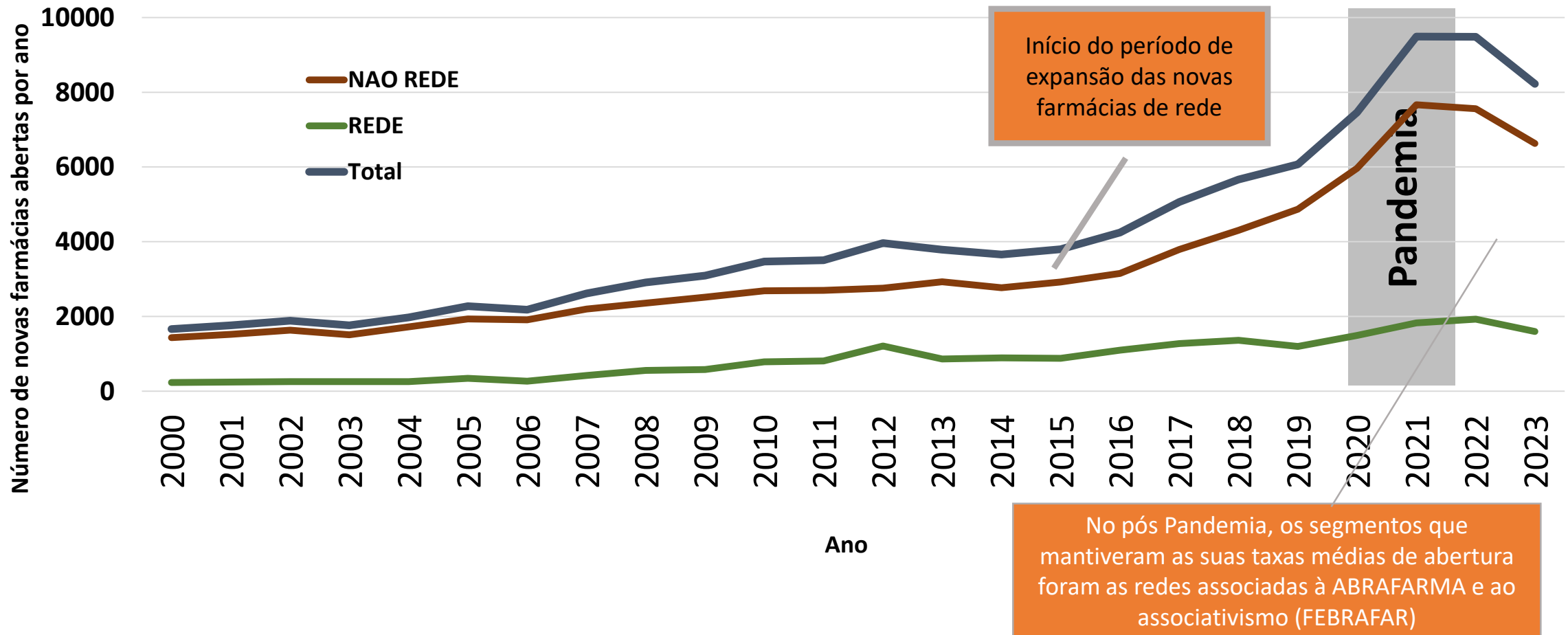
Capitais com maior número de farmácias por 10.000 habitantes

Municípios	Farmácias/ 10.000 hab
São Luís	7,6
Maceió	7,4
Natal	6,9
Brasília	6,7
Goiânia	6,6
Teresina	6,5
Cuiabá	6,1
Manaus	6,0
Boa Vista	5,8
Recife	5,5

Ritmo de abertura de novas Farmácias

Abertura de novas Farmácias

Rede e Não rede por ano



Número de farmácias por Unidade da Federação

Número total de farmácias por UF



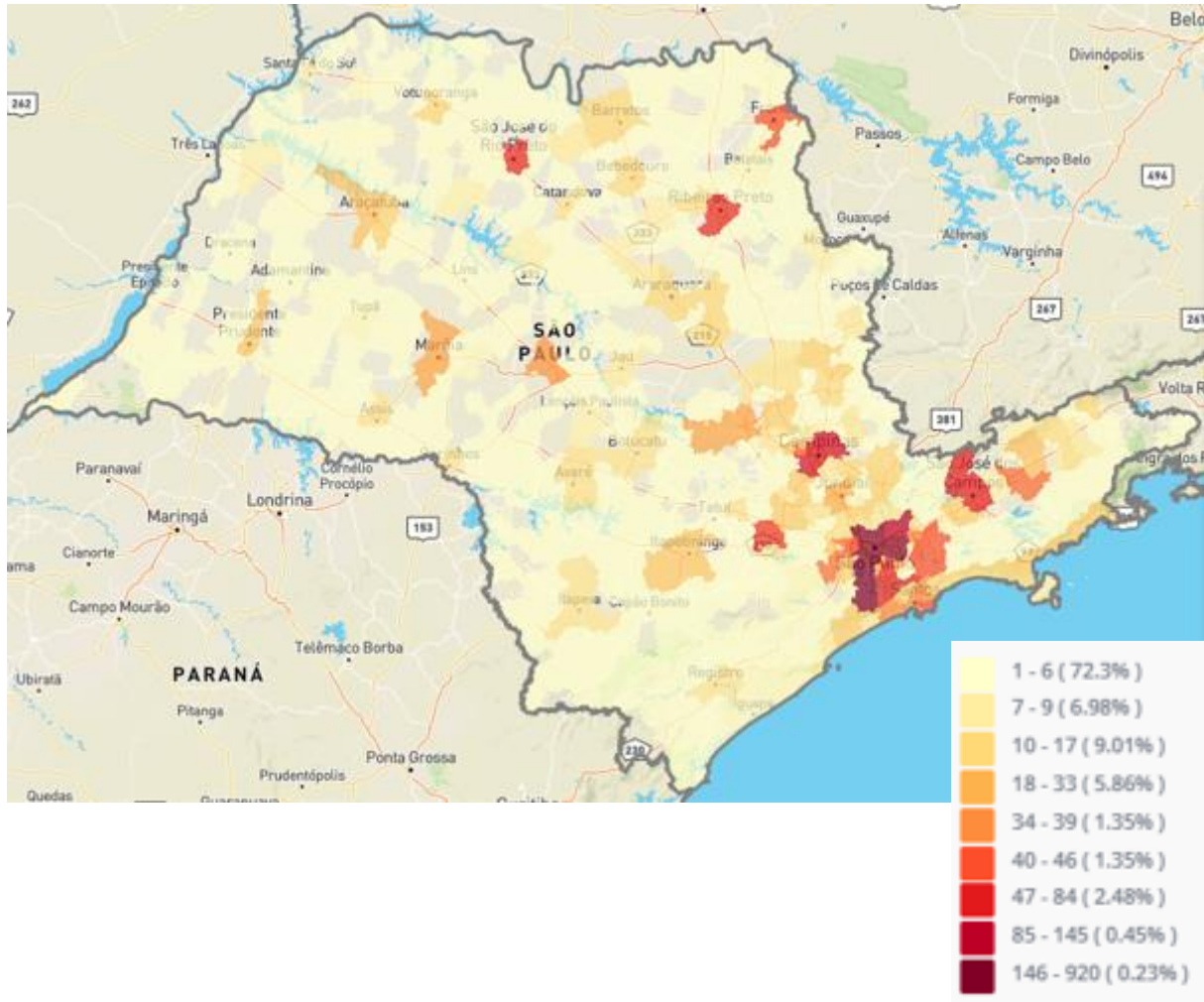
Número total de farmácias não rede por UF



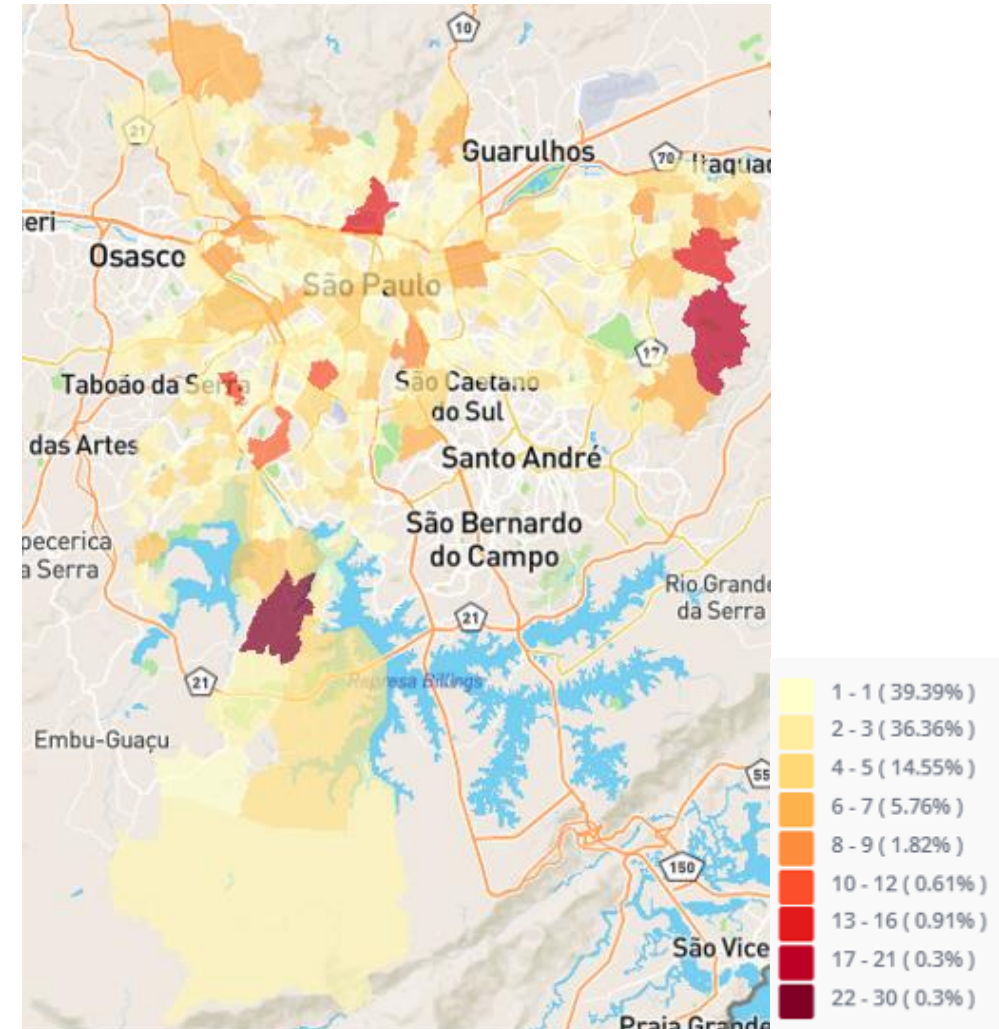
Número total de farmácias de rede por UF

Número de farmácias em São Paulo

Número total de farmácias no Estado de São Paulo por município



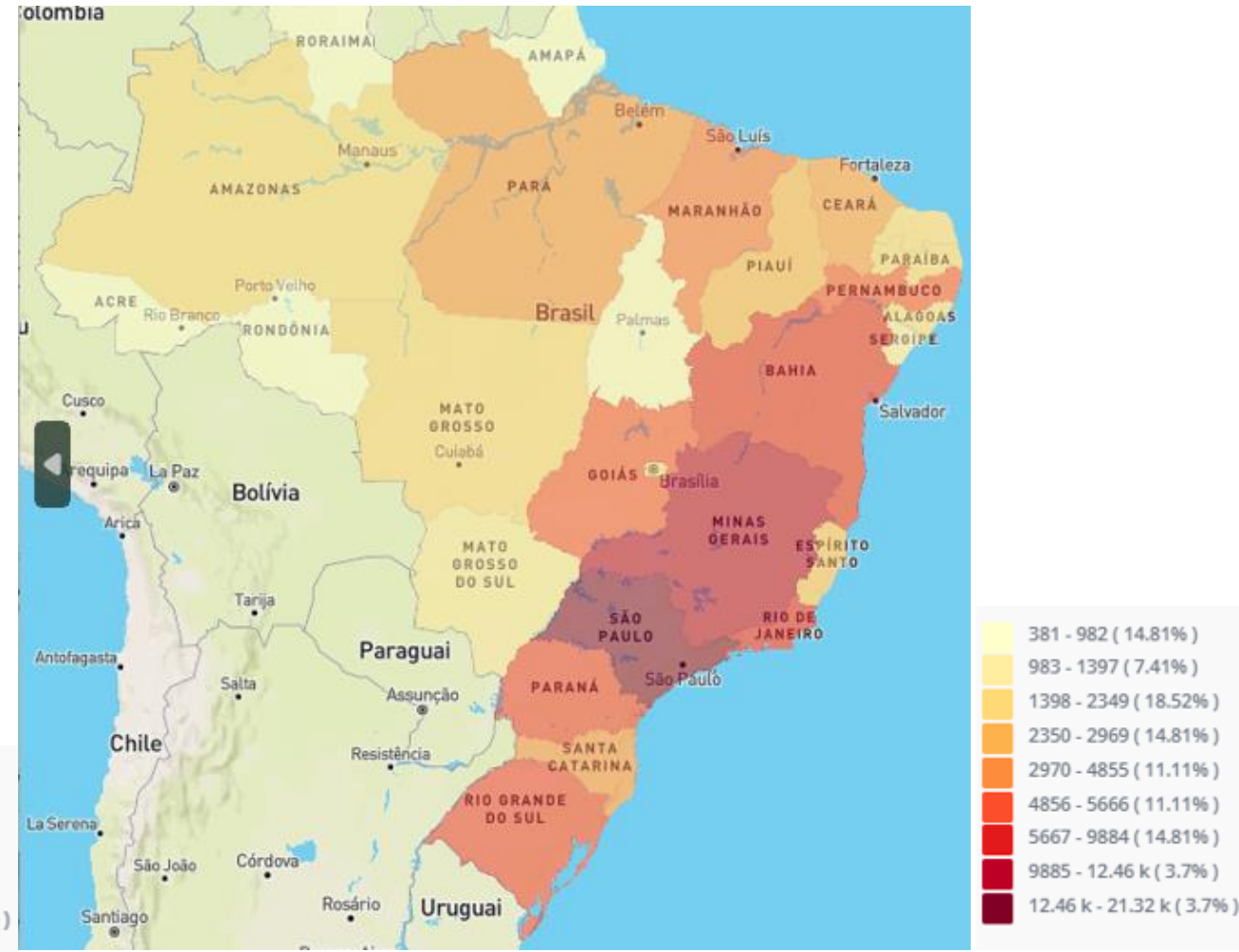
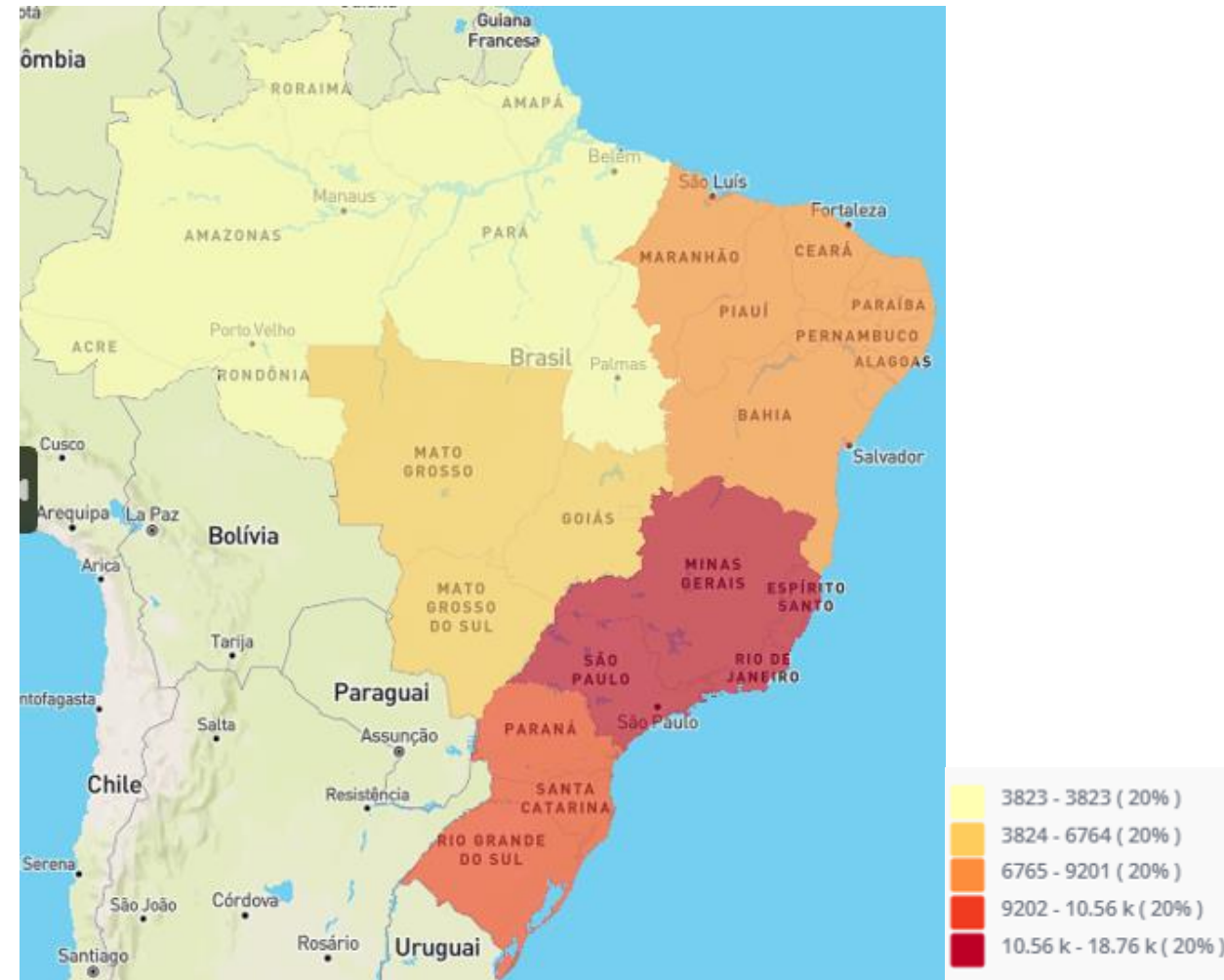
Número total de farmácias na cidade de São Paulo por bairros



Comparativo farmácias x Supermercados

Número total de supermercados no Brasil por UF

Número total de farmácias no Brasil por UF



Além das farmácias agrupadas em redes de atuação regional e multirregional e das farmácias individuais é importante destacar a forte presença das redes associativas, que são aquelas que congregam inúmeras farmácias individuais que, porém, atuam como um bloco único, o que significa que compram boa parte de seus produtos de forma conjunta, possuem padrão de lojas semelhante, a mesma comunicação e ações de marketing, além de treinamentos unificados aos seus colaboradores, dentre outros pontos. Isso traz inúmeras vantagens aos associados que mantêm as sua individualidade como negócio, porém fortalecem seu relacionamento comercial com fornecedores e atingem de forma mais eficiente o consumidor final.

Segundo a Febrafar – Federação Brasileira das Redes Associativistas e Independentes de Farmácias, em Dezembro de 2023, suas 65 redes associadas e que totalizam um total de 15 mil farmácias, respondem por 15,1% do faturamento total do mercado farmacêutico. Esta participação era de 11,9% em 2019. O faturamento destas redes cresceu 103,2% nos últimos 4 anos, superando o crescimento do mercado farmacêutico como um todo, que apresentou um crescimento de 59,9%.

Dentre as redes associativas multirregionais, podem ser citadas aquelas de maior abrangência, tais como: Augefarma, CB Drogarias, DSG Brasil, Farma&Farma, Nova Rede, Rede Inova, RM Farma e Ultra Popular.



Pontos de Atenção

Consumidores

- Os gastos gerais com Saúde nos domicílios, quando observado sob a ótica da segmentação por classe socioeconômicas, evidencia que são mais equilibrados quando comparados com os gastos com alimentação. Enquanto com Saúde a participação nos gastos das famílias oscila ao redor de 10%, os gastos com alimentação passam de 15,5% para a Classe A para 51% nas classes D/E.
- Os valores médios mensais gastos com saúde nos domicílios varia enormemente e possuem relação com a renda média regional. No Norte, o gasto médio é de R\$ 160 enquanto no Sul é 2,7 vezes maior, chegando a R\$ 427.
- Dentro das classe socioeconômicas mais baixas (C1, C2 e D/E) a região Nordeste é a que apresenta os maiores valores médios mensais para os gastos com Saúde. Para as classes sociais mais altas (A e B1) a maior penalização está na região Sudeste.
- Como esperado, as regiões Sul e Sudeste apresentam os tickets médios mais altos para saúde em geral e para medicamentos.

Varejo

- A região Centro-Oeste é a que apresenta a maior quantidade de farmácias por 10 mil habitantes com 6,1 , enquanto para o Brasil a média é de 4,9. O Sudeste tem a menor taxa com 4,2.
- Enquanto no Brasil a relação é de 5,0 Supermercados a cada Farmácia, o Nordeste possui a maior taxa com 5,4 e a região Centro-Oeste a menor com 4,2. Isso permite identificar as diferentes intensidades de distribuição da cada segmento de varejo segundo as regiões geográficas.
- Raia Drogasil é a maior rede brasileira de farmácias com 2985 lojas, o que significa um número 2,3 vezes maior do que a segunda colocada que a Pague Menos, com 1286 lojas.
- O ritmo de abertura de novas farmácias tomou forte impulso por volta de 2016, puxada fortemente pelo crescimento das redes, tendo atingido certa estabilização no período pós pandêmico e apontando para uma desaceleração ao longo de 2023.

Realização SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

Diretoria SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

Alberto Serrentino – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Fundador da Varese Retail

Hélio Biagi – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e Co-Fundador do OasisLab

Maria Odete Alves – Gerente Executiva da SBVC



A **Cognatis** é o resultado de mais de 20 anos de experiência de seus sócios nas áreas de **geomarketing, inteligência de mercado, modelagem estatística, pesquisa de marketing e desenvolvimento de software para geomarketing.**

Visite: www.cognatis.com.br e conheça mais sobre os nossos produtos e serviços

Equipe Cognatis responsável pelo Estudo

Direção Geral

- Reinaldo Gregori

Coordenação

- Luiz Goes

Apoio na extração de mapas e dados

- Carlos Abdalad
- Lucas Rodrigues
- Rignaldo Carvalho