

Análise da lucratividade na cadeia de valor: um estudo no segmento farmacêutico

Wellington dos Santos Teixeira (UNB/UFPB/UFRN) - welsantos79@gmail.com

Emanoel Truta do Bomfim (UNB-UFPB-UFRN) - emanoeltruta@hotmail.com

Rodrigo Fonseca Araújo (UFRN) - rodrigo_contabeis@yahoo.com.br

Resumo:

Este estudo buscou verificar se existe diferença na lucratividade das empresas que compõem a cadeia de valor do setor farmacêutico no período de 2009 a 2011. Para tanto, foram pesquisadas as margens brutas e líquidas das indústrias farmacêuticas, distribuidoras de medicamentos, e das redes de farmácia e/ou farmácias, com o intuito de verificar a lucratividade de cada empresa do setor farmacêutico. A pesquisa desenvolvida foi de natureza descritiva, utilizando-se da pesquisa bibliográfica para embasamento teórico, e da pesquisa documental nos demonstrativos financeiros das empresas estudadas para a coleta dos dados necessários para as análises. O estudo se justifica pela importância dessa atividade na economia brasileira, bem como por contribuir com estudos acerca da análise de cadeia de valor que vem se desenvolvendo nas últimas décadas. Os resultados evidenciaram que as indústrias farmacêuticas foram as que apresentaram os melhores resultados de acordo com a margem bruta e líquida em relação as outras atividades da cadeia de valor; seguidas pelas redes de farmácias; e, pelas empresas distribuidoras de medicamentos, que apresentaram baixos resultados se comparados às outras empresas estudadas.

Palavras-chave: Cadeia de Valor, Custos Interorganizacionais, Margem Bruta, Margem Líquida

Área temática: Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões

Análise da lucratividade na cadeia de valor: um estudo no segmento farmacêutico

RESUMO

Este estudo buscou verificar se existe diferença na lucratividade das empresas que compõem a cadeia de valor do setor farmacêutico no período de 2009 a 2011. Para tanto, foram pesquisadas as margens brutas e líquidas das indústrias farmacêuticas, distribuidoras de medicamentos, e das redes de farmácia e/ou farmácias, com o intuito de verificar a lucratividade de cada empresa do setor farmacêutico. A pesquisa desenvolvida foi de natureza descritiva, utilizando-se da pesquisa bibliográfica para embasamento teórico, e da pesquisa documental nos demonstrativos financeiros das empresas estudadas para a coleta dos dados necessários para as análises. O estudo se justifica pela importância dessa atividade na economia brasileira, bem como por contribuir com estudos acerca da análise de cadeia de valor que vem se desenvolvendo nas últimas décadas. Os resultados evidenciaram que as indústrias farmacêuticas foram as que apresentaram os melhores resultados de acordo com a margem bruta e líquida em relação as outras atividades da cadeia de valor; seguidas pelas redes de farmácias; e, pelas empresas distribuidoras de medicamentos, que apresentaram baixos resultados se comparados às outras empresas estudadas.

Palavras-chave: Cadeia de valor. Setor farmacêutico. Lucratividade.

Área Temática: Gestão Estratégica e Cadeia de Valor.

1 INTRODUÇÃO

No atual cenário econômico, seja internacional ou local, o relacionamento entre as empresas é uma parte indispensável nas transações comerciais. Por isso, várias empresas têm buscado, a partir da gestão estratégica da cadeia de valor, construir vantagens competitivas e, consequentemente, reduzir seus custos e aumentar seus lucros (DEKKER, 2003).

Neste sentido, a análise da cadeia de valor de setores em que há um elevado grau de competitividade entre as empresas é de vital importância, pois auxilia as empresas a buscarem meios de garantir sua sobrevivência e otimizar seus resultados (ROCHA; BORINELLI, 2007).

Segundo Moretti, Bigatto e Batocchio (2003) um ramo de negócio que é caracterizado pela alta competitividade é o farmacêutico, pois as empresas deste setor convivem em um ambiente altamente caracterizado por consumidores cada vez mais exigentes, e concorrentes cada vez mais inovadores, tendo-se que buscar novas formas de comportamento, com vistas a aumentar sua participação no mercado.

O setor farmacêutico é considerado de grande expressão no cenário econômico brasileiro. O acirramento das grandes corporações cresce a cada dia em busca de novas estratégias de gestão e de ferramentas que possibilitem sua sustentabilidade. E, também é considerado um mercado extremamente monopolizado e/ou oligopolizado tendo em vista a concentração do mercado em classes terapêuticas em que empresas líderes dominam a economia (ROSSI, 2001; BERMUDEZ, 1995).

A indústria farmacêutica se caracteriza como oligopolista diferenciado, baseado na inovação. O lançamento de novos produtos é um fator crítico para o sucesso nesse tipo de negócio. O fator determinante desse sucesso é o investimento em pesquisa e desenvolvimento.

Faz-se necessário o lançamento de um novo medicamento a cada patente que se expira, pois findo o prazo de proteção desses medicamentos, eles ficam expostos à concorrência dos genéricos e similares que utilizam da mesma fórmula sem ter gasto nenhum centavo em pesquisa. Dessa maneira, o preço desses medicamentos é reduzido vertiginosamente (CANONGIA, 2002).

Conforme o anuário Exame Maiores e Melhores (2006), dentre as 500 maiores empresas brasileiras em vendas, estão 15 que operam no setor farmacêutico. Dentre essas 15, 8 estão entre as 10 que obtiveram o maior crescimento de vendas.

A estratégia que predomina nesse segmento é a diversificação de medicamentos lançados a cada ano. Busca-se a diferenciação ao colocar no mercado um novo medicamento com embalagem e nome comercial. A indústria de produtos genéricos opera com embalagens padronizadas e com equivalência nas formulações dos medicamentos de marca patenteada. Sua estratégia de venda é a liderança total de custo e negociação com pontos de venda (ROSSI, 2001).

Outro dado relevante é que a indústria farmacêutica movimentou US\$ 782 bilhões em 2008. No Brasil faturou cerca de US\$ 12 bilhões. Para se ter uma ideia do potencial econômico desse segmento, o princípio ativo chamado ácido acetilsalicílico é considerado um dos produtos mais bem-sucedidos da história do capitalismo (ARAÚJO; VIEIRA, 2009).

Também é relevante destacar que os produtos da indústria farmacêutica são especialmente difíceis e caros de serem fabricados. Para um medicamento chegar as prateleiras de uma farmácia são consumidos cerca de 15 anos com pesquisa, e o investimento é quase 3 vezes maior que a média da indústria. É o que se chama de negócio de alto risco: de 10 mil compostos que são selecionados para serem pesquisados, apenas um é comercializado (ARAÚJO; VIEIRA, 2009).

Em face do exposto, mostra-se de grande importância estudar a lucratividade das empresas que formam esse setor tal importante para economia brasileira, sendo considerada uma das atividades mais rentáveis no meio empresarial (CAPANEMA; PALMEIRA FILHO, 2012). Desse modo, formulou-se o seguinte problema de pesquisa: Existe diferença na evolução da lucratividade das empresas que formam a cadeia de valor do setor farmacêutico brasileiro no período de 2009 a 2011?

Neste sentido, estabeleceu-se como objetivo geral do presente trabalho verificar se existe diferença na evolução da lucratividade das empresas que formam a cadeia de valor do setor farmacêutico brasileiro no período de 2009 a 2011.

E, como objetivos específicos os seguintes: discutir os conceitos de cadeia de valor no processo de gestão de custos; demonstrar a importância da análise da cadeia de valor para a manutenção da lucratividade das empresas; estudar a evolução da margem bruta e a margem líquida de algumas empresas que compõem a cadeia de valor do setor farmacêutico; e, comparar a lucratividade das empresas que compõem esta cadeia de valor.

Além desta seção, o presente artigo possui cinco partes. Na seguinte, apresenta-se o referencial teórico, onde serão abordados os conceitos de cadeia de valor e a importância da análise da cadeia de valor, a cadeia de valor e a gestão de custos interorganizacionais, bem como os estudos anteriores acerca do tema de pesquisa. Na terceira seção, aborda-se a metodologia. Na quarta, os resultados da pesquisa. E, na quinta as considerações finais acerca do estudo. E, por fim, as referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Cadeia de Valor

Segundo Shank e Govindarajan (1997) a gestão de custos é uma análise realizada sob um contexto mais amplo. Para tanto, Porter (1989) enfatiza que o ponto de partida para análise de custos é definir a cadeia de valores de uma empresa e atribuir os custos operacionais e ativos a atividades de valor.

A cadeia de valor é considerada uma sequência de processos dinâmicos que vão agregando valor a um determinado produto ou serviço, sendo que esses processos devem contribuir mais à adição de valor do que adição de custos aos produtos e serviços (ATKINSON; KAPLAN; YOUNG, 2004).

De acordo com Hunger e Wheelen (2000) a cadeia de valor é um conjunto articulado de atividades de criação de valor que se inicia com matérias-primas básicas provenientes de fornecedores, passando por uma série de atividades de produção e de comercialização que acrescentam valor a um produto ou serviço, e terminando com distribuidores que recebem o produto final e os entregam nas mãos do consumidor final.

Neste mesmo sentido, Shank e Govindarajan (1997) enfatizam que a cadeia de valor é um conjunto de atividades criadoras de valor desde as fontes de matérias-primas básicas, passando por fornecedores de componentes, até a entrega do produto final entregue nas mãos do consumidor. Nesse processo, devem-se avaliar quais atividades agregam valor e quais não agregam valor ao processo produtivo, pois a partir desta análise podem-se eliminar as atividades que não agregam valor aos produtos e serviços.

Para Rocha e Borinelli (2007) cadeia de valor é uma sequência de atividades que se inicia com a origem dos recursos e vai até o descarte do produto pelo último consumidor, pois segundo os autores engloba todos os recursos, sejam eles materiais ou até mesmo informacionais.

2.2 Análise da Cadeia de Valor

A análise da cadeia de valor é uma forma sistemática para examinar todas as atividades funcionais de uma organização e quão bem estas criam valor ao processo produtivo, aos produtos e serviços, e ao consumidor (COULTER, 2002).

Hansen e Mowen (2001) enfatizam que a análise da cadeia de valor serve para fortalecer a posição estratégica de uma empresa, propiciando informações indispensáveis no seu processo decisório. Para tanto, ressaltam que as etapas necessárias para esta análise são as seguintes: identificar a cadeia de valor da empresa e os custos, receitas e ativos das entidades; analisar os *cost drivers* de cada atividade; e, controlar os *cost drivers* melhor do que os concorrentes ou reconfigurar a cadeia.

Ainda segundo Rocha e Borinelli (2007) para diagnosticar a cadeia de valor é necessário segregá-la em suas atividades relevantes, em todos os estágios importantes, e também a integração entre todos os agentes da cadeia. Depois de identificar os estágios, fases e atividades relevantes, deve-se identificar e mensurar os ativos a elas relacionados, as receitas e os custos correspondentes. Isso possibilita a apuração da margem de lucro de cada atividade, de cada estágio ou de cada entidade, bem como das suas taxas de retorno sobre o investimento.

A ênfase da análise da cadeia de valor é examinar a empresa no contexto global da cadeia de valor, extrapolando os limites da empresa, a montante (*upstream*) e a jusante (*dowstream*), ou seja, no sentido das origens dos recursos – fornecedores, fornecedores de

fornecedores, etc. – e no sentido do consumidor – até o consumidor final (HUNGER; WHELLEN, 2000; ROCHA; BORINELLI, 2007).

Para Rocha (1999) a análise da cadeia de valor de uma empresa fornece subsídios para o processo de formulação de estratégias e tem por objetivos: detectar oportunidades e ameaças; identificar estágios fortes e fracos; detectar oportunidades de diferenciação; identificar os principais determinantes de custos; localizar oportunidades de redução de custos; comparar com a cadeia de valor dos concorrentes.

Ainda segundo Rocha e Borinelli (2007) a análise da cadeia de valor serve para subsidiar o processo de gerenciamento estratégico, pois permite compreender e agir sobre todas as atividades da empresa, tendo como objetivo maior conquistar e manter vantagem competitiva.

De acordo com Hofer et al. (2010) a compreensão da cadeia de valor torna-se necessária para consolidar as relações ambientais entre as empresas na perspectiva da interdependência dos valores e nos pesos de cada agente econômico, que envolve o sucesso e a sobrevivência da empresa no mercado. A globalização da economia e a abertura dos mercados trazem estas características no cotidiano das atividades empresariais. Neste interim, ressalta-se a relevância da gestão de custos para todos os pontos que agregam valor ao produto na cadeia de valor.

Para LaLonde e Pohlen (1996) a análise da cadeia de valor tem oferecido para as empresas uma oportunidade de criar ganhos de produtividade significativos na relação com fornecedores e clientes.

2.3 Cadeia de Valor e Gestão de Custos Interorganizacionais

Segundo Camacho (2010) a cadeia de valor é um ambiente propício para a aplicação da gestão de custos interorganizacionais, pois é nesse cenário onde se pode utilizar esse tipo de gerenciamento, propiciando que o custo total da rede seja reduzido.

De acordo com Christopher e Ryals (1999) o potencial de redução nos custos operacionais através da logística e do gerenciamento da cadeia de valor é considerável. Pois, boas práticas de logística e melhoria na qualidade das relações na cadeia de valor fizeram com que muitas empresas voltassem seus olhares para o gerenciamento interorganizacional, de modo a melhorar suas margens de lucro.

Entre os possíveis benefícios aliados a gestão de custos interorganizacionais nas empresas, aponta-se reduções nos custos das compras, reduções de custos nos processos internos e nos serviços entre as firmas (MARCHI; CASSANEGO JÚNIOR; WITTMANN, 2012).

Para esta análise é fundamental entender o relacionamento entre as empresas na cadeia de valor, através dos seguintes fundamentos: cooperação, confiança, estabilidade e interdependência. A cooperação consiste em uma busca de soluções conjuntas para otimizar a utilização dos recursos. Por sua vez, a confiança é o principal fundamento da análise dos custos interorganizacionais, pois, é fortalecida pela estabilidade um atributo desenvolvido ao longo do tempo, sendo que, quanto maior a quantidade e frequência das transações executadas, maior a confiança entre os agentes. A interdependência ocorre quando as decisões de uma organização influenciam as decisões de outra e vice-versa (SOUZA; ROCHA, 2009; COOPER; SLAGMUDER, 1999; KAJUTER; KULMALA, 2005; SOUZA, 2008).

A estabilidade e confiança no relacionamento possibilita o fortalecimento da cadeia, entretanto, a redução de custos ocorre apenas quando o volume de transações é grande o suficiente para compensar os investimentos para criação de uma estrutura de governança de processos especializada (WILLIAMSON, 1985).

Neste sentido, Aguiar e Rocha (2007) enfatizam que a gestão de custos interorganizacionais quando aplicada na cadeia de valor possibilita as empresas redução de custos de serviços e produtos; desenvolvimento de melhorias na tecnologia de produção; aumento nas funcionalidades dos produtos e serviços transacionados; desenvolvimento de alternativas para substituição de insumos; oferta de produtos competitivos, que agreguem valor sob a ótica do cliente; e, principalmente, por aumentar a lucratividade global da cadeia.

Assim, aliada a gestão de custos interorganizacionais que objetiva a redução dos custos entre os participantes de uma cadeia de valor, com aumento da lucratividade, e com a distribuição dos lucros adicionais entre as empresas que compõem a cadeia, percebe-se que estes fatores podem propiciar maiores lucros para as firmas que fazem parte de uma rede de empresas (COOPER; SLAGMULDER, 1999).

2.3 Revisão da Literatura

A gestão estratégica de custos pelas empresas é um tema que tem ganhado muito destaque no meio acadêmico e empresarial, destacando-se, nesse contexto, o processo de análise da cadeia de valor (PORTER, 1986; ROCHA; BORINELLI, 2007; DEKKER, 2003; HUNGER; WHEELLEN, 2000).

Dekker (2003) buscou investigar a cadeia de valor de empresas relacionadas no setor varejista do Reino Unido, a partir dos princípios da análise da cadeia de valor, da aplicação do ABC, e das informações de custos integradas na cadeia. Com esse estudo, constatou-se a importância da gestão de custos interorganizacionais, demonstrando que o modelo de gestão deve atender a necessidade de monitorar periodicamente a evolução dos custos da cadeia de valor ao longo do tempo.

Rocha e Mario (2003) evidenciaram a análise da cadeia de valor como ferramenta de criação de valor a partir da relação entre *cost drivers* e *value drives*, constatando que através do controle tanto de *cost drivers* quanto de *value drivers* é possível identificar a não-excludência entre as metodologias, o que pode ser observado através de uma análise comparada entre táticas e posicionamentos exigidos em ambos os casos.

Já Moreti, Bigatto e Batocchio (2003) realizaram uma análise estratégica de uma organização do ramo farmacêutico, evidenciando que através da gestão estratégica ela pode investir em novas formas de gerenciamento, tornando possível identificar oportunidades de crescimento e redução de riscos que a ameaçam no mercado, bem como a necessidade de buscar relacionamentos com outros elos da cadeia (fornecedores e distribuidores) em que atua, de forma a implementar políticas que promovam redução de custos e melhoria nos resultados.

Em outro estudo, Rocha e Borinelli (2007) discutiram o conceito de cadeia de valor e como se dá sua análise, bem como realizaram um estudo exploratório acerca da lucratividade de empresas que compõem o segmento indústria-varejo. Através da análise das demonstrações contábeis das empresas pesquisadas, evidenciando quem estava ganhando e quem estava perdendo neste setor estudado. O resultado do trabalho demonstrou que não houve, no período analisado, aumento na margem bruta do varejo e que as indústrias, por sua vez, tiveram maior crescimento na margem bruta do que o varejo.

Em um estudo empírico Bagchi et al. (2005) buscaram identificar os fatores subjacentes envolvidos na cadeia de valor de empresas europeias, descrevendo o papel da troca de informações e da colaboração entre essas entidades. Os resultados demonstraram que a integração da cadeia de valor é mais discurso do que prática entre as firmas europeias. Contudo, encontrou-se uma clara indicação de que a integração entre os principais fornecedores e clientes melhorou o desempenho das empresas.

Recentemente o estudo de Marchi, Cassanego Júnior e Wittmann (2012) buscou investigar o compartilhamento de custos e de conhecimento em duas redes empresariais do varejo alimentício, procurando identificar se essas vantagens competitivas estão sendo exploradas pelos gestores das empresas associadas. Como resultado percebeu-se que ambas as empresas exploram com maior ênfase as possibilidades de troca de valor, destacando-se as relações conjuntas de aquisição e relacionamento com clientes, em detrimento dos outros componentes da cadeia de valor.

Outros estudos nacionais e internacionais exploraram as redes de custos interorganizacionais sob o prisma do processo de inovação e tecnologia (THORGREN; WINCENT; ÖRTQVIST, 2009; LENZ; SANTINI, 2011; BALESTRIN; VERSCHOORE; REYES JUNIOR, 2010).

Dentre os estudos ora mencionados, o que mais se assemelha a presente pesquisa e, que se tomou como base para desenvolvê-la foi o de Rocha e Borinelli (2007). Contudo, buscou-se aplicá-lo na cadeia de valor do setor farmacêutico. Para tanto, além de se analisar a margem bruta das empresas pesquisadas, verificou-se a margem líquida de forma a apresentar resultados mais consistentes, e analisou-se de três ramos de atividades que compõem a cadeia de valor do segmento farmacêutico: indústrias farmacêuticas, distribuidoras de medicamentos e/ou produtos farmacêuticos, e farmácia e/ou redes de farmácias.

3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização da pesquisa

A presente pesquisa quanto aos objetivos, trata-se de um estudo descritivo. Pois, se preocupa em observar os fatos ou fenômenos, registrá-los, analisá-los e interpretá-los, sem a interferência do pesquisador (RAUPP; BEUREN, 2006; GIL, 1999; ANDRADE, 2002).

Quanto ao seu delineamento, o trabalho utilizou-se da pesquisa bibliográfica, pois se buscou na literatura existente subsídios teóricos acerca do tema; e da pesquisa documental, que foi realizada nos demonstrativos financeiros em busca informações necessárias para a pesquisa.

Para tanto, replicou-se o estudo de Rocha e Borinelli (2007), onde se fez uma análise da lucratividade das empresas do segmento indústria-varejo. Entretanto, além da análise da margem bruta das empresas, buscou-se observar o comportamento da margem líquida, de forma que se pudessem conseguir resultados mais consistentes.

Já quanto à abordagem do problema, a presente pesquisa classifica-se como quantitativa porque se caracteriza pelo fato dos dados coletados poderem ser filtrados, tabulados, organizados, quantificados e mensurados, e por sua vez, preparados para serem submetidos a técnicas e/ou testes estatísticos (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

3.2 Amostra e Coleta dos dados

Segundo Gil (1999) a amostra é um subconjunto do universo ou população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população.

A amostra da presente pesquisa foi composta por indústrias farmacêuticas, distribuidoras de medicamentos e/ou produtos farmacêuticos, e por farmácias e/ou redes de farmácias, possibilitando assim, analisar comparativamente a lucratividade nestas três atividades da cadeia de valor do setor farmacêutico. Para tanto foram analisadas as demonstrações e informações financeiras da entidade pesquisada no período de 2009 a 2011, as quais foram coletadas nos sítios na internet das empresas ou no site da BM&FBOVESPA.

Contudo, ressalta-se como limitações da pesquisa, o fato de que por amostra não ser aleatória os resultados aqui apresentados somente podem ser inferidas as entidades pesquisadas, e que devido ao número de empresas pesquisadas, e de dados disponíveis não se pode realizar análises mais consistentes.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para a análise da cadeia de valor do segmento farmacêutico, buscou-se segregar as empresas pesquisadas em indústrias farmacêuticas, distribuidoras de medicamentos e/ou produtos farmacêuticos, e por farmácias ou redes de farmácias varejistas. Desta forma, analisou-se a margem bruta e líquida de cada atividade desenvolvida no segmento farmacêutico, buscando identificar a lucratividade de cada atividade da cadeia de valor do segmento estudado.

A princípio foram selecionadas 15 empresas, sendo 3 indústrias farmacêuticas, 3 distribuidoras de medicamentos e/ou produtos farmacêuticos, e 9 farmácias ou redes de farmácias varejistas. Após o levantamento inicial, buscou-se verificar quais empresas apresentavam dados no período de 2009 a 2011, o que limitou a amostra da pesquisa para 7 entidades, pois algumas não apresentavam todos os dados necessários para realizar a análise proposta pela presente pesquisa.

Para o cálculo das margens foram utilizados os seguintes dados constantes nos relatórios e demonstrativos financeiros das empresas: Receita Líquida; Custos dos Produtos/Mercadorias Vendidas; Lucro Bruto; e, Lucro Líquido. Com esses dados, foram calculadas as margens brutas e líquidas pelas seguintes equações (IUDÍCIBUS, 1998):

$$MB = \frac{LB}{RL} \times 100 \quad (1)$$

Onde:

MB = Margem bruta da empresa i no período t;

LB = Lucro bruto da empresa i no período t;

RL = Receita líquida da empresa i no período t.

$$ML = \frac{LL}{RL} \quad (2)$$

Onde:

ML = Margem líquida da empresa i no período t;

LL = Lucro líquido da empresa i no período t;

RL = Receita líquida da empresa i no período t.

A seguir, na Tabela 1, apresentar-se-ão as margens brutas das empresas pesquisadas por cada atividade do setor farmacêutico no período de 2009 a 2011.

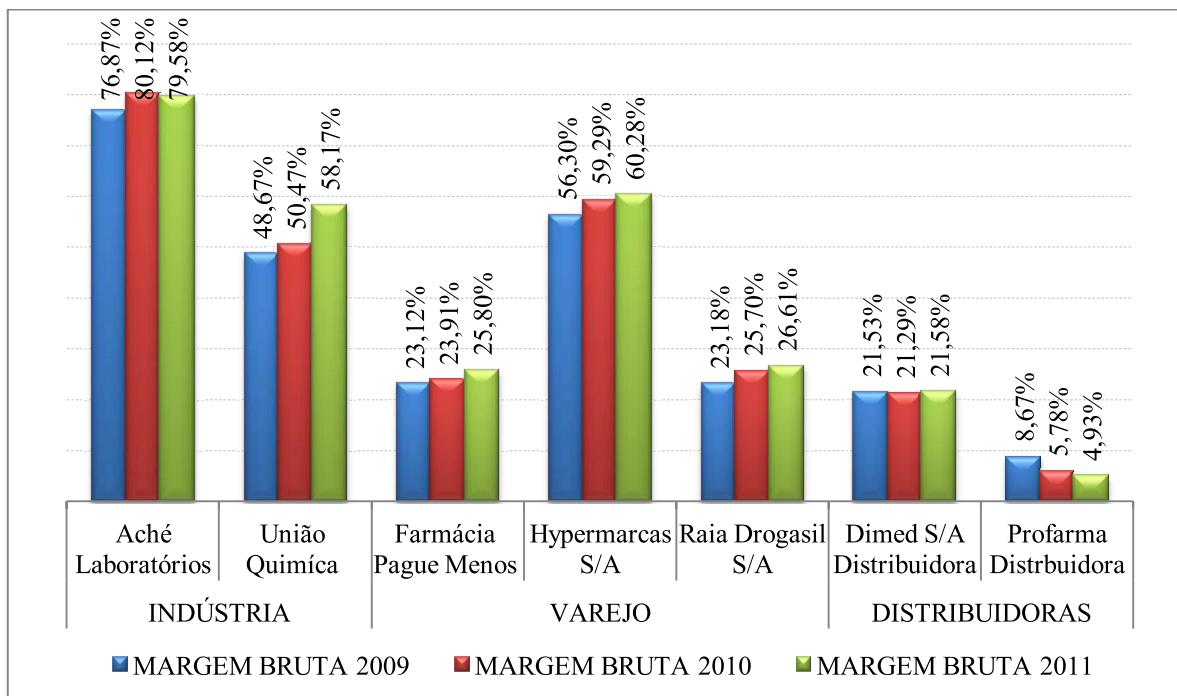
Tabela 1 – Margem Bruta das empresas.

EMPRESAS		MARGEM BRUTA		
		2011	2010	2009
INDÚSTRIA	Aché Laboratórios Farmacêuticos S/A	79,58%	80,12%	76,87%
	União Química Farmacêutica Nacional S/A	58,17%	50,47%	48,67%
VAREJO	Farmácia Pague Menos	25,80%	23,91%	23,12%
	Hypermarcas S/A	60,28%	59,29%	56,30%
	Raia Drogasil S/A	26,61%	25,70%	23,18%
DISTRIBUIDORAS	Dimed S/A Distribuidora de Medicamentos	21,58%	21,29%	21,53%
	Profarma Distrib Prod Farmacêuticos S/A	4,93%	5,78%	8,67%

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme se observa na Tabela 1 é apresentada a margem bruta de cada empresa por ramo de atividade. Dentre as empresas analisadas, foram as indústrias que apresentaram as maiores margens brutas nos períodos pesquisados, destacando-se a Aché Laboratórios que no ano de 2010 apresentou uma margem bruta de 80,12%. Com relação ao segmento varejista, a empresa Hypermarcas S/A foi que apresentou as maiores margens brutas dos períodos analisados, variando de 56,3% em 2009 para 60,28% em 2011. E, por fim, foi o segmento de distribuição de medicamentos onde as empresas apresentaram as menores margens brutas, tendo a empresa Profarma apresentado em 2011 uma margem bruta de 4,93%, que é a menor margem observada nos períodos analisados.

A seguir, na Figura 1, pode-se observar a evolução das margens brutas de cada empresa por ramo de atividade em cada um dos períodos analisados.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 1 – Margens Brutas das empresas.

A partir destes dados, analisou-se a relação entre o lucro bruto das empresas com suas vendas em um determinado exercício, demonstrando, percentualmente, o quanto de cada R\$ 1,00 de venda permaneceu na empresa na forma de lucro bruto. Um crescimento da margem

bruta indica um maior desempenho no processo produtivo, mostrando que as empresa tiveram uma redução de custo para a mesma quantidade de produto vendido ou ainda um aumento de vendas sem o mesmo aumento proporcional nos seus custos.

Já na Tabela 2 a seguir, apresentar-se-á a análise horizontal das margens brutas de cada empresa durante o período analisado, para tanto se considerou o ano de 2009 como o de referência.

Tabela 2 – Análise Horizontal das Margens Brutas.

EMPRESAS		MARGEM BRUTA				
		2009	2010	AH	2011	AH
INDÚSTRIA	Aché Laboratórios	76,87%	80,12%	4,23%	79,58%	3,53%
	União Química	48,67%	50,47%	3,70%	58,17%	19,52%
VAREJO	Farmácia Pague Menos	23,12%	23,91%	3,42%	25,8%	11,59%
	Hypermarcas S/A	56,3%	59,29%	5,31%	60,28%	7,07%
	Raia Drogasil S/A	23,18%	25,7%	10,87%	26,61%	14,80%
DISTRIBUIDORAS	Dimed S/A Distribuidora	21,53%	21,29%	-1,11%	21,58%	0,23%
	Profarma Distribuidora	8,67%	5,78%	-33,33%	4,93%	-43,14%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Observando-se a Tabela 2, pode-se verificar que a empresa que apresentou a maior evolução na sua margem bruta foi a União Química, 19,52% no ano de 2011. E, por outro lado, a empresa Profarma apresentou uma evolução negativa na sua margem bruta, -43,14% também no ano de 2011.

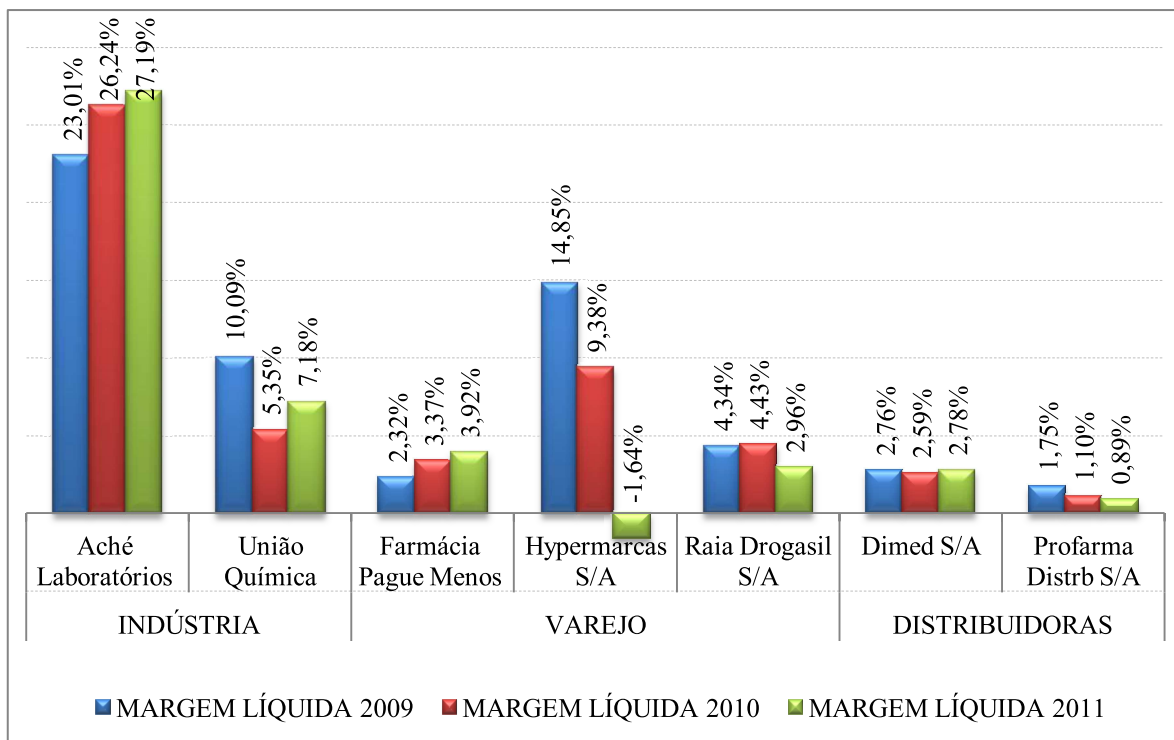
Na Tabela 3, a seguir, apresentar-se-ão as margens líquidas em percentual das empresas pesquisadas por cada ramo da cadeia de valor do setor farmacêutico analisado.

Tabela 3 – Margens líquidas das empresas pesquisadas.

EMPRESAS		MARGEM LÍQUIDA (%)		
		2009	2010	2011
INDÚSTRIA	Aché Laboratórios	23,01%	26,24%	27,19%
	União Química	10,09%	5,35%	7,18%
VAREJO	Farmácia Pague Menos	2,32%	3,37%	3,92%
	Hypermarcas S/A	14,85%	9,38%	-1,64%
	Raia Drogasil S/A	4,34%	4,43%	2,96%
DISTRIBUIDORAS	Dimed S/A	2,76%	2,59%	2,78%
	Profarma Distrb S/A	1,75%	1,10%	0,89%

Fonte: Elaborada pelos autores.

De acordo com o exposto na Tabela 3, observa-se que foi a empresa Aché Laboratórios que apresentou as maiores margens líquida nos períodos analisados, atingindo o patamar de 27,19% no ano de 2011. Já a empresa Hypermarcas S/A foi a que apresentou a maior volatilidade na margem líquida passando de um resultado positivo de 14,85% em 2009 para um resultado negativo de 1,64% em 2011. Com relação aos setores, pode-se dizer que as empresas do setor industrial foram as que apresentaram as maiores margens líquidas, conforme se pode melhor visualizar na Figura 2 a seguir.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 2 – Margens líquidas das empresas pesquisadas.

Conforme se pode observar na Figura 2, as empresas do setor industrial foram as que apresentaram as maiores margens líquidas no período, seguidas pelas empresas varejistas, e pelas distribuidoras de medicamentos.

Na tabela 4 a seguir, apresenta-se a análise horizontal da evolução das margens líquidas das empresas pesquisadas. Para tanto, utilizou-se o ano de 2009 com o período de referência.

Tabela 4 – Análise Horizontal das margens líquidas.

EMPRESAS		MARGEM LÍQUIDA				
		2009	2010	AH	2011	AH
INDÚSTRIAS	Aché Laboratórios	23,01%	26,24%	14,04%	27,19%	18,17%
	União Química	10,09%	5,35%	-46,98%	7,18%	-28,84%
VAREJO	Farmácia Pague Menos	2,32%	3,37%	45,26%	3,92%	68,97%
	Hypermarcas S/A	14,85%	9,38%	-36,84%	-1,64%	-111,04%
	Raia Drogasil S/A	4,34%	4,43%	2,07%	2,96%	-31,80%
DISTRIBUIDORAS	Dimed S/A	2,76%	2,59%	-6,16%	2,78%	0,72%
	Profarma Distrib S/A	1,75%	1,1%	-37,14%	0,89%	-49,14%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Conforme se pode observar na Tabela 4, a Farmácia Pague Menos foi a empresa que apresentou a maior evolução na sua margem líquida passando de 45,26% para 68,97%. Já a empresa Aché obteve boas margens líquidas e apresentou uma evolução de 14,04% para 18,17% nos períodos analisados. Por outro lado, a empresa Hypermarcas foi a que apresentou os piores resultados, passando de uma evolução negativa de 36,84% para um resultado negativo de 111,04% nos períodos analisados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurou-se, neste estudo, verificar se existe diferença na evolução da lucratividade das empresas que compõem a cadeia de valor do setor farmacêutico, pois esta análise tem sido considerada um fator primordial para a sobrevivência de empresas em ambientes altamente competitivos, seja pelo fato do relacionamento existente entre as empresas trazer reduções nos custos interorganizacionais, e, principalmente, por proporcionar aumento nos ganhos para todos os agentes envolvidos na cadeia de valor.

Através de um estudo descritivo foi possível identificar que as indústrias farmacêuticas foram as empresas que apresentaram as maiores margens brutas e líquidas nos períodos analisados. Dentre as indústrias, destacou-se a empresa Aché Laboratórios, que obteve uma margem bruta de 76,87% a 80,12%; e, apresentou margem líquida entre 23,01% a 27,19%.

Já o outro setor que obteve melhores resultados de acordo com a margem bruta e líquida foi o das farmácias e/ou redes de farmácias varejistas. Entre as empresas observadas, a que apresentou as maiores margens brutas foi a Hypermarcas S/A, que alcançou margens entre 56% a 60%. Com relação à margem líquida, a referida empresa obteve um resultado de mais de 14% no ano de 2009, mas no ano de 2011 a empresa apresentou margem negativa em mais de 1%.

E, por fim, as empresas distribuidoras de medicamentos foram as que apresentaram os menores resultados se comparados aos outros segmentos analisados. Destaca-se a empresa Dimed S/A, que apesar de apresentar margens brutas entre 21% nos períodos analisados, obteve margens líquidas entre 2%.

Contudo, ressalta-se que os resultados aqui apresentados se referem apenas as empresas estudadas, e que devido ao não acesso a mais informações não se pôde apresentar resultados mais consistentes. Desta forma, recomendam-se novos estudos com vista a analisar quais os fatores que contribuíram para um desempenho tão baixo das empresas distribuidoras de medicamentos com relação às empresas dos outros setores analisados, bem como que se busque investigar se a implementação da gestão de custos interorganizacionais e práticas como o *open-book-accounting* não poderia melhorar o resultados desses setores que compõem a cadeia de valor do setor farmacêutico, tornando essas empresas mais competitivas frente aos seus concorrentes.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, A. B.; ROCHA, W. **Uma análise da complementariedade entre gestão interorganizacional de custos e open-book accounting**. IN: Congresso USP – Controladoria e Contabilidade. São Paulo: USP, 2007. Disponível em: <www.congressousp.fipecafi.org>. Acesso em: 15/06/2012.

ANDRADE, M. M. **Como preparar trabalhos para curso de pós-graduação: noções práticas**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ARAÚJO; T.; VIEIRA, P. **Verdades incontestáveis sobre a indústria dos remédios**. IN: Superinteressante, São Paulo: Abril, 2009.

ATIKINSON, A. A.; KAPLAN, R. S.; YOUNG, S. M. **Management accounting**. 4.ed. Upper Slide River – New Jersey: Pearson, Prentice Hall, 2004.

BAGCHI, P. K. et al. **Supply chain integration: a European survey**. The international journal of logistics management, v. 16, n. 2, p. 275-294, 2005.

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J.; REYES JUNIOR, E. **O campo de estudo sobre redes de cooperação interorganizacional no Brasil**. RAC – Revista de Administração Contemporânea, v.14, n.3, p.458-477, 2010.

BERMUDEZ, J.A.Z. **Indústria farmacêutica: Estado e Sociedade**. 1 ed. São Paulo: Hucitec, 1995.

CAMACHO, R. R. **Fatores condicionantes da gestão de custos interorganizacionais na cadeia de valor de hospitais privados no Brasil: uma abordagem á luz da Teoria da Contingência**. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 2010.

CANONGIA, C. et al. **Gestao da informação e monitoramento tecnológico: o mercado dos futuros negócios**. Perspect. Cienc. Inf. Belo Horizonte, v.7, n.2, p. 155-156, jul./dez. 2002.

CAPANEMA, L. X. L; PALMEIRA FILHO, P. L. **Indústria farmacêutica brasileira: reflexões sobre sua estrutura e potencial de investimentos**. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>. Acesso em: 15/06/2012.

COULTER, M. **Strategic management in action**. 2.ed. Upper Saddle River – New Jersey: Prentice Hall, 2002.

CHISTOPHER, M.; RYALS, L. **Supply chain strategy: its impact on shareholder value**. The international journal of logistics management, v. 10, p. 1-10, n. 1, 1999.

DEKKER, H. C. **Value Chain Analysis in interfirm relationships: a Field study**. Management Accounting Research, v. 14, p. 1-23, 2003.

EXAME. **Anuário Maiores e Melhores 2005**. Exame, ano 40, n.8, ed. 866. São Paulo: Abril, 2006.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HANSEN, D. R.; MOWEN, M. M. **Gestão de Custos, “Contabilidade e Controle”**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

HUNGER, J. D.; WHEELLEN, T. L. **Essentials of strategic management**. 2.ed. Upper Saddle River – New Jersey: Prentice Hall, 2000.

HOFER, E. et al. **Gestão estratégica de custos na cadeia de valor do leite: um estudo de caso**. Custos e @gronegócios on line, v.6, n.3, Set/Dez. 2010. Disponível em: <<http://www.custoseagronegocioonline.com.br>>. Acesso em: 15/05/2012.

IUDÍCIBUS, S. **Análise de balanço**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KAJÜTER, P.; KULMALA, H. I. **Open-book accounting in networks – Potential achievements and reasons for failures**, Management Accounting Research, 2005.

LALONDE, B. J.; POHLEN, T. L. **Issues in supply chain costing**. The international Journal of Logistics Management, vol.17, Iss: 1, p. 1-12, 1996.

LENZ, G.; SANTINI, F. **Uma análise acerca dos “links” influenciadores da performance de inovação em redes interorganizacionais**. In: VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGeT, 2011, Resende. Anais ... Resende: AEDB, 2011.

MARCH, J. J.; CASSANEGO JÚNIOR, P.; WITTMANN, M. L. **Troca e criação de valor: possibilidades competitivas advindas da estratégia de redes**. R. Adm., São Paulo, v.47, n.2, p. 180-196, abr./maio/jun. 2012.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MORETI, D. C.; BIGATTO, B. V.; BATOCCHIO, A. **Análise estratégica de uma organização do ramo farmacêutico**. In: XXIII Encontro Nac. de Eng. de Produção – Ouro Preto, MG, Brasil, 21 a 24 de out. de 2003.

PORTER, M.E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

ROCHA, W. **Contribuição ao estudo de um modelo conceitual de sistema de informação de gestão estratégica**. 1999. 148f. Tese (Doutorado em Controladoria) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo-SP.

ROCHA, W.; BORINELLI, M. L. **Análise estratégica de cadeia de valor: um estudo exploratório do segmento indústria-varejo**. Revista Contemporânea de Contabilidade, ano 04, v.1, n.7, p. 145-165, jan./jun. 2007.

ROCHA, W.; MARIO, P.C. **A análise de cadeia de valor como ferramenta de criação de valor: um ensaio sobre a relação entre *cost drivers* e *value drivers***. In: IX Convenção de Contabilidade do Rio Grande do Sul, 2003, Gramado-RS. IX Convenção de Contabilidade do Rio Grande do Sul, 2003.

ROSSI, P. E. **Análise das estratégias competitivas da indústria farmacêutica**. São Paulo, USP. Dissertação de Mestrado (Engenharia de Produção), Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, 2001.

SHANK, J. K.; GOVINDARAJAN, V. **A revolução dos custos: como reinventar e redefinir sua estratégia de custos para vencer em mercados crescentemente competitivos**. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

THORGREN, S.; WINCENT, J.; ÖRTQVIST, D. **Designing interorganizational networks for innovation: an empirical examination of network configuration, formation and governance**. Journal of Engineering and Technology Management, v.26, p.148-166, 2009.

WILLIAMSON, O. E. **The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting**. New York: Free Press, 1985.