

O enigma do moksha8

O nome é misterioso, mas a meta da nova companhia farmacêutica é clara: atuar só em países emergentes e ser líder na América Latina

MÁRCIA VAISMAN

NA SALA DE REUNIÕES ACARPETADA do Hilton Hotel, em São Paulo, um cartaz estampava uma palavra desconhecida do vocabulário português: moksha. Colada ao número 8, ambas, escritas em cor vermelha, causavam curiosidade em quem as lia. "Pronuncia-se móquishia, que significa atingir o estado de iluminação em sânscrito, e o símbolo ao lado é o oito, que retrata o infinito, pois queremos que nossa proposta dure para sempre", revela Mário Grieco. O executivo, ex-presidente da Bristol-Myers Squibb, é o novo CEO para a América Latina dessa nova empresa farmacêutica, a primeira do mundo, diz ele, cuja atuação se restringirá aos países emergentes. A estreia será no Brasil. A compa-

GRIECO, PRESIDENTE: A META AGORA É TRAZER UMA FÁBRICA PARA O BRASIL NOS PRÓXIMOS ANOS



nhia atuará em três frentes. Primeiro, assumirá a divulgação e comercialização de remédios consagrados, mas maduros, do ponto de vista mercadológico, com margens de rentabilidade que não mais interessam aos grandes laboratórios. "Inicialmente seremos representantes de medicamentos clássicos da Pfizer e da Roche, como Vallium, Lexotan e Bactrim", explica Grieco. Num segundo momento, a moksha8 promoverá novos produtos de companhias menores e com pouca capacidade de investimento fora de seus locais de origem. A terceira etapa será a fabricação de seus próprios medicamentos. Os países emergentes foram o alvo escolhido devido ao potencial que apresentam. Hoje eles são responsáveis por menos de 10% do consumo de produtos farmacêuticos no mundo, mas movimentam, por ano, US\$ 100 bilhões nesse segmento e crescem, em média, de 12% a 15%.

As metas da moksha8 são ambiciosas. Seus controladores, os fundos de investimentos Votorantim Novos Negócios e o norte-americano Texas Pacific Group, prevêem um faturamento de US\$ 80 milhões



em 2008 só no Brasil. Em um ano, pretendem aumentar esse valor em 30%. Os sócios estão dispostos a investir até US\$ 500 milhões em três anos nas operações brasileiras. A chegada da nova empresa ao mercado ocorreu com certo barulho. **Ao mesmo tempo que seu nascimento era anunciado no Hilton Hotel, um time de 70 representantes estava nas ruas das principais capitais brasileiras divulgando os produtos da moksha8 para cerca de 20 mil médicos.** O objetivo é tornar-se a líder do setor farmacêutico da América Latina nos próximos quatro anos. Por isso, Grieco já está de olho no próximo mercado em que planeja desembarcar. Segundo o vice-presidente sênior global de marketing, o francês Akram Bouchenaki, a operação seguinte seria na China. Mas Grieco quer tentar persuadir os acio-

nistas a concentrar esforços inicialmente no México. "Brasil e México representam 80% desse mercado na América Latina", diz ele.

Além disso, o grupo pretende construir uma fábrica em local a ser definido. Mais uma vez, Grieco tenta atrair o investimento para o território brasileiro. "O problema é que a Índia está à frente na tecnologia da indústria farmacêutica", admite. Mas o Brasil vem na frente com outros requisitos, que contam pontos na hora de escolher o país de estreia das operações. "A proteção à lei de patentes, a agilidade na aprovação de medicamentos e o alto nível técnico dos profissionais de saúde foram os principais motivos que nos trouxeram para cá", ressalta Bouchenaki. Com estes elogios ao Brasil, talvez Grieco esteja mais perto ainda de seus objetivos dentro da moksha8. **E**

US\$
100
BILHÕES

é a movimentação do mercado farmacêutico nos países emergentes