

E algumas parecem lojas de conveniência

Vendem de sorvete a chinelo e, por lei, só poderiam oferecer o que se relacione à saúde

Sorvete, bola de futebol, chinelo de dedo, produtos de limpeza, ração para gato e cachorro. Parece até supermercado. É uma drogaria. O cenário é bem conhecido dos fiscais do Conselho Regional de Farmácia de São Paulo (CRF-SP) que já flagram até pneu e óleo para carro à venda em farmácias.

Uma central de serviços que destoam da assistência à saúde também tem invadido determinadas farmácias. Eles incluem revelação de filme fotográfico, compra de ingressos para shows e até recebimento de contas, como água, telefone e luz.

“A farmácia se transforma em loja de conveniência”, critica a farmacêutica Clair Castilhos Coelho, professora da Universidade Federal de Santa Catarina e coordenadora da 1.ª Conferência Nacional de Medicamentos e Assistência Farmacêutica, a ser realizada em Brasília em setembro.

Tudo para atrair o consumidor. As farmácias brasileiras são chamativas. Em países co-



Parece loja de conveniência, mas é uma drogaria em Pinheiros

mo Holanda ou Espanha, é até difícil encontrar uma farmácia, tamanha a discrição da fachada delas. No lugar de luminosos coloridos e faixas anunciando promoções, as farmácias em vários países europeus não passam de uma pequena porta com uma placa onde se lê “farmácia” no idioma local.

Para oferecer produtos que fogem da linha de saúde e beleza, as farmácias brasileiras tiveram de aumentar o tamanho da loja. Segundo Clair, uma loja tradicional, que venda só os produtos pertinentes a uma far-

mácia, tem em torno de 150 metros². “Há lojas com 600 e até 800 metros².”

Pelas normas sanitárias do País, as farmácias estão autorizadas a vender medicamentos, cosméticos e produtos relacionados à saúde. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) estabelece que é proibido a farmácia vender produtos estranhos ao comércio farmacêutico.

Para Dirceu Raposo de Mello, presidente do CRF-SP, vender de tudo é prova de que a farmácia não é estabelecimento

de saúde, como deveria ser. “Há abusos do que se pode vender nas drogarias”, diz Raposo. “Refrigerante dietético, por exemplo, não pode.”

Variedade – O setor que mais defende a venda de produtos diversos nas farmácias é o das grandes redes. “As margens de lucro sobre os medicamentos são pequenas e precisamos vender outros produtos para sobreviver”, argumenta Sérgio Mena Barreto, presidente da Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma). “O consumidor quer encontrar o produto de sua conveniência.”

Por quase 20 minutos, sem pressa, a dona de casa Nydia Telles, de 67 anos, percorreu as gôndolas da farmácia com sua listinha na mão. Comprou medicamentos e artigos de higiene pessoal. Para ela, completa é a farmácia onde encontra os medicamentos que toma para controlar a pressão.

Mesmo com a variedade de produtos em algumas farmácias, dados da Abrafarma mostram que os medicamentos são responsáveis por 75% das vendas. Todos os demais produtos abocanham os 25% restantes. (L.M.)