

# Características do Mercado Consumidor de Medicamentos Homeopáticos no Brasil

## CARACTERÍSTICAS DO MERCADO CONSUMIDOR DE MEDICAMENTOS HOMEOPÁTICOS NO BRASIL

### Apresentação do relatório

Os medicamentos homeopáticos são mais um recurso terapêutico disponível no rol das inúmeras alternativas para tratamento de doenças. São produtos tecnicamente elaborados, em escala industrial ou artesanal, receitados por um clínico para uso específico por um indivíduo.

No Brasil, diversos planos e convênios de saúde oferecem, em suas listas de médicos, os especialistas em homeopatia, facilitando assim sua divulgação e dando legitimidade ao tratamento. Para algumas doenças crônicas (a exemplo da bronquite) os preparados homeopáticos tornaram-se parte do tratamento padrão, sem que surjam efeitos colaterais e/ou reações adversas importantes.

Neste contexto, esta alternativa terapêutica (entre outras menos custosas) será mais agressivamente promovida pelas seguradoras de saúde, sobretudo se estas passarem a oferecer tratamentos medicamentosos ambulatoriais como mais um de seus benefícios.

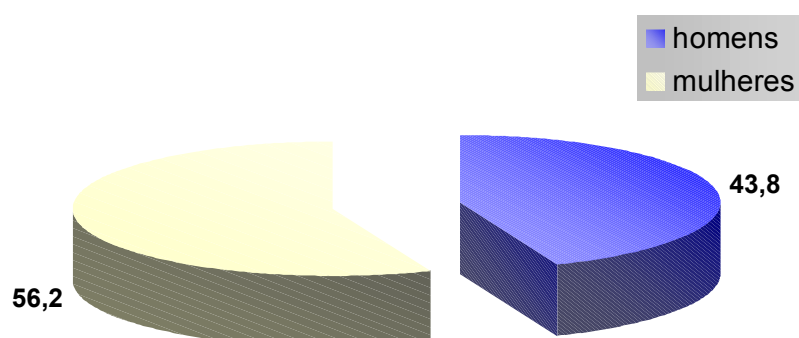
As informações a seguir retratam, na forma de um simples e real exemplo, alguns aspectos básicos (mas pouco explorados) do mercado de produtos homeopáticos no Brasil.

## Preferências pela homeopatia

A preferência por um determinado recurso terapêutico foi tomada como base para uma análise inicial do mercado nacional de medicamentos homeopáticos. A “preferência” aqui, refere-se à proporção de pessoas que mencionaram a opção pelo tratamento com medicamentos homeopáticos, em primeiro ou segundo lugar, ao ser suposta uma situação de necessidade de utilização e possibilidade de escolha pelo tratamento.

A preferência por um recurso terapêutico é entendida como uma condição fundamental para a sua aceitação e utilização por um determinado público.

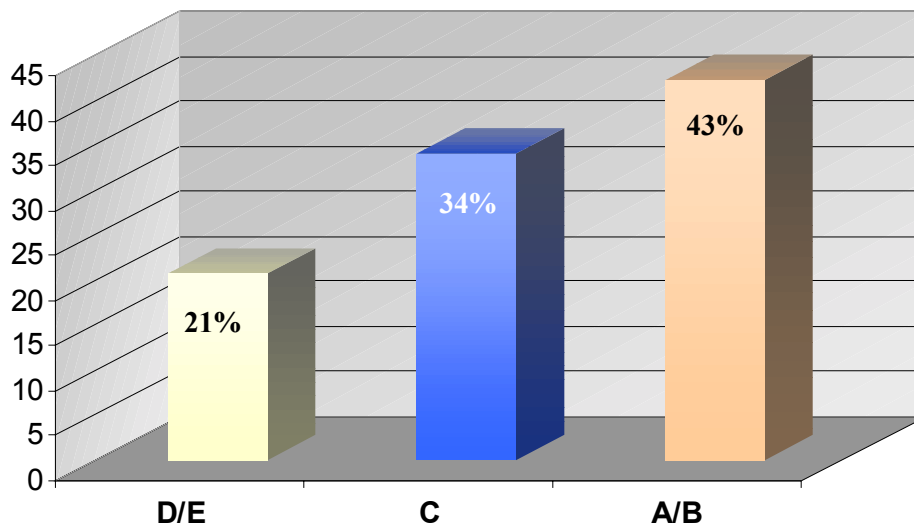
### Preferência pela homeopatia, por sexo



Obs: Ponderado por sexo (50/50).

As mulheres parecem um pouco mais dispostas ao tratamento com medicamentos homeopáticos do que os homens. Considerando-se o total de mulheres, pouco mais de um terço tem preferência por este tipo de terapia.

### Preferência por classes



Já entre as classes econômicas, observa-se que a preferência aumenta à medida que aumenta o poder econômico, identificando-se uma primeira variável capaz de discriminar um segmento de consumidores.

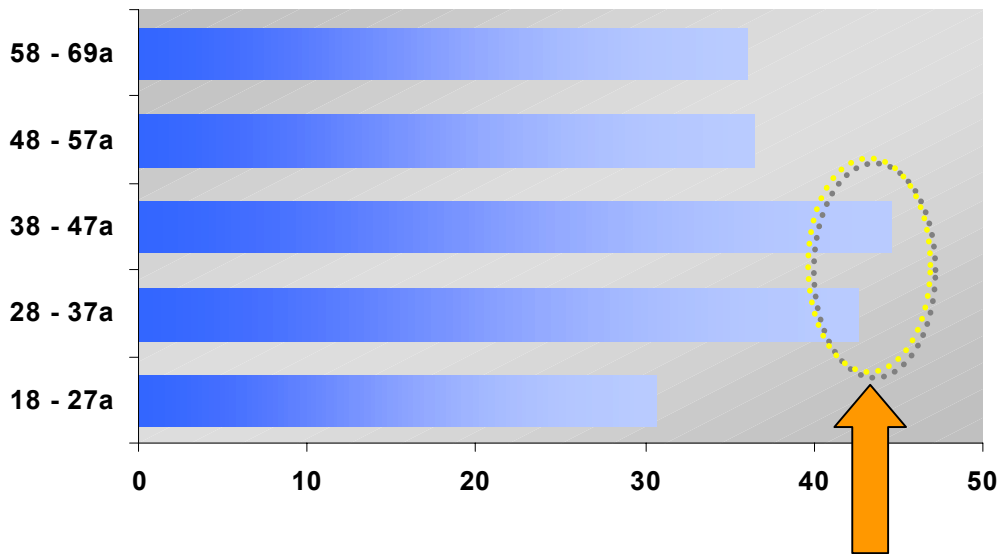
### Preferência por sexo conforme Classe econômica

Classe	Sexo	
	Homens	Mulheres
A/B	35,6	48,8
C	28,0	39,8
D/E	20,0	21,4
<b>Geral</b>	<b>27,7</b>	<b>35,7</b>

Mesmo a análise entre as diferentes classes não faz sobressair diferenças significativas entre os sexos. Para os homens e mulheres, dentro de uma mesma classe econômica, a proporção de citações de preferência por homeopatia foi muito próxima. Pode-se, assim, atribuir primeiramente à classe a preferência pela homeopatia.

Em relação à faixa etária, as diferenças também se mostram pequenas. Destaque pode ser dado ao segmento dos 28 aos 47 anos, no qual as menções de preferência pelo tratamento foram maiores do que nas outras faixas etárias.

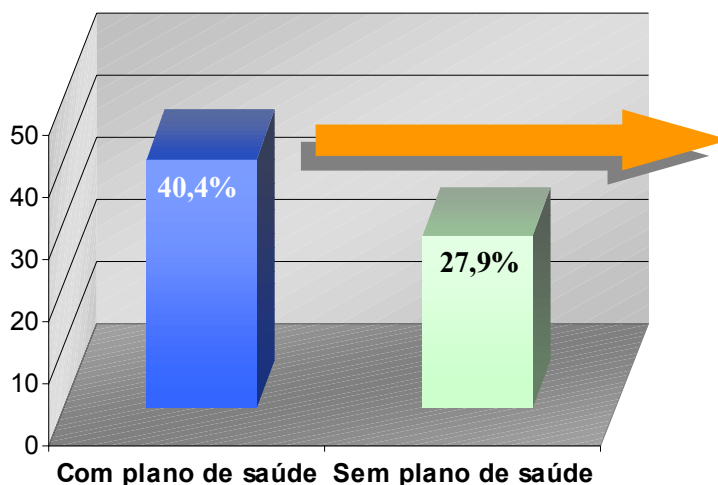
## Menções de preferência por homeopatia vs. faixa etária



**Potenciais nichos:**  
elevado grau de  
**conhecimento** e  
**aceitação** do  
tratamento.

## Posse de planos de saúde/convênios médicos vs. terapia preferida

Do total de indivíduos possuidores de plano de saúde, 40% demonstram preferência por medicamentos homeopáticos como forma de tratamento (em 1º ou 2º lugar).



**Dois em cada cinco**  
**dos possuidores de**  
**plano de saúde tem a**  
**homeopatia como**  
**terapia preferida.**

Considerando-se o total de indivíduos, independentemente de serem segurados ou não, para 16% a homeopatia é a **primeira terapia** preferida, proporção menor do que entre os segurados (25%).

Para 16% do total de indivíduos a homeopatia é a **segunda terapia** preferida.

Um terço do total (32%) citou a homeopatia como terapia medicamentosa de escolha (em 1º ou 2º lugar).

## Estimativas de Consumo de Medicamentos Homeopáticos no Brasil (1º Trimestre de 2002)

O mercado exibe uma distância considerável entre a intenção e/ou preferência pelo uso de medicamentos homeopáticos e o consumo propriamente dito. Frente a situações recentes de doença ou problemas de saúde, pouco menos de **3%** mencionou ter recorrido à homeopatia. Ou seja, só um de cada 10 que expressaram disposição favorável pelo tratamento realmente optou por ele.

De fato, a preferência pela utilização da terapia com homeopatia é um preditor pobre da sua real utilização.

	Entre os que mencionaram preferência pela homeopatia	Entre os que não mencionaram preferência pela homeopatia
Consumiram	%	%
Fitoterápicos	5,5	2,0
Erva ou chá medicinal	22,0	19,7
Medicamentos alopáticos	75,8	75,4
<b>Medicamentos homeopáticos</b>	<b>5,5</b>	<b>1,5</b>
Florais de Bach	1,1	0,5
Mudaram alimentação	13,2	9,4
Descansaram	36,3	28,1

**Por enquanto, o mercado parece estar mais caracterizado pela preferência pelo uso do que pelo consumo efetivo.**

Curiosamente, mesmo para aqueles com preferência pelo tratamento homeopático, a proporção de indivíduos que realmente empregaram-no foi bastante baixa (pouco menor que 6%, ou o dobro da média geral). A homeopatia também foi utilizada entre os que tinham preferência por outras formas de tratamento, mas em uma menor escala. Há, portanto, uma certa discrepância entre a preferência pelo uso da homeopatia e sua real utilização.

Levando em consideração apenas os que mencionaram preferência por homeopatia, a diferença de **consumo** entre homens e mulheres é mínima.

<b>Consumiram</b>	<b>% Mulheres</b>	<b>% Homens</b>
Fitoterápicos	8,2	0
Ervas ou chás	23,0	20
Medicamentos Alopáticos	72,1	83,3
<b>Medicamentos Homeopáticos</b>	<b>4,9</b>	<b>6,7</b>

Mesmo para os que empregaram o tratamento homeopático, a utilização dos fármacos alopáticos ainda esteve fortemente presente.

**De cada 8 indivíduos que tomaram homeopatia, 7 tomaram medicamentos alopáticos concomitantemente**

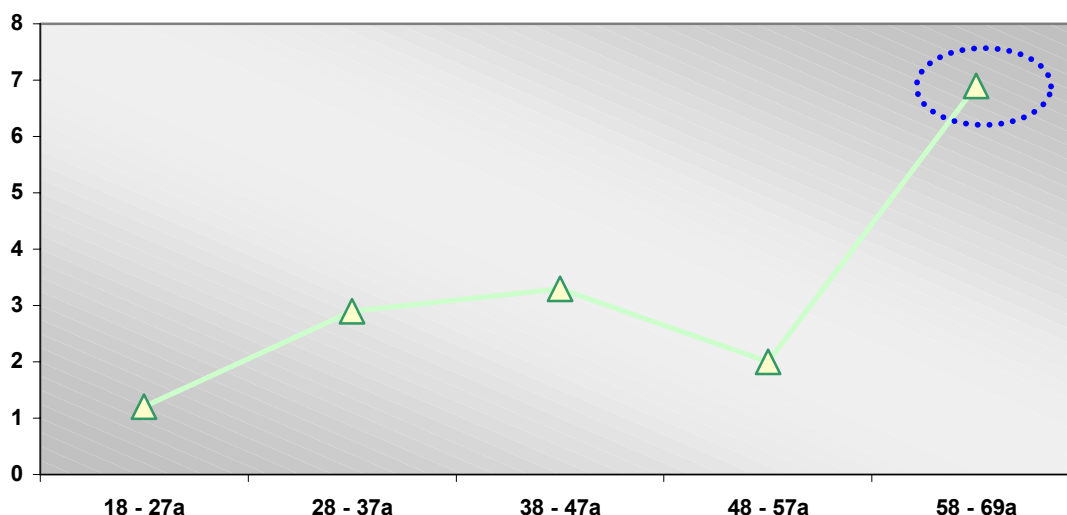
Outros tratamentos menos convencionais que os medicamentos alopáticos (medicamentos fitoterápicos, por exemplo) tiveram um percentual de emprego relativamente maior entre os simpatizantes da homeopatia (8,2%).

Identificou-se, adicionalmente, que o brasileiro costuma associar mais de uma medida terapêutica em situações de doença (a exemplo da homeopatia x alopatia), sinal de uma seqüência inicial partidária de medidas menos onerosas para depois lançar mão de um recurso mais dispendioso, e/ou de práticas de multiterapia buscando sinergia entre os diferentes tratamentos.

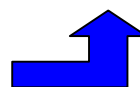
## Market Size aproximado

O número de usuários mensais de homeopatia é de no mínimo 2,5 milhões no país (estimativa conservadora, somente para a população adulta). Destes, aproximadamente 37% são homens e 63% mulheres.

Em relação à idade, a distribuição aproximada de consumidores é a seguinte:



**Conforme os dados, maior segmento consumidor (6,9%, vs. 2,7% para a população total).**



## Conclusões/Considerações Finais

O mercado para medicamentos homeopáticos ainda é relativamente pequeno, parecendo não estar completamente restrito a algum segmento demográfico específico. Exceções talvez possam ser feitas:

- aos grupos etários dos 28 aos 47 e dos 58 aos 69 (devido à preferência e ao consumo pelos produtos),
- aos cobertos por seguro de saúde privado e
- às mulheres.

A coleta de outras informações sobre **hábitos e estilos de vida** auxiliaria na identificação de outros segmentos em relação a estas variáveis.

URL: [www.marketanalysis.com.br](http://www.marketanalysis.com.br)

E-mail: [info@marketanalysis.com.br](mailto:info@marketanalysis.com.br)

O mercado crescerá à medida que houver maior promoção da terapia e da especialidade médica, visto que esta é geradora de prescrições, e no caso de as seguradoras de saúde oferecerem cobertura para tratamento medicamentoso em nível ambulatorial.

## Metodologia

Método de entrevista: Face-à-face, domiciliar.

Total de entrevistas: 501

Amostragem: probabilística com sorteio de clusters pré-estratificados

Abrangência do estudo:

- São Paulo
- Rio de Janeiro
- Belo Horizonte
- Recife
- Porto Alegre

Distribuição da Amostral Final

Faixa Etária	Classe A/B		Classe C		Classes D/E	
	Hom	Mul	Hom	Mul	Hom	Mul
<b>18-27 anos</b>	18	17	23	30	29	26
<b>28-37 anos</b>	17	22	21	22	17	29
<b>38-47 anos</b>	20	16	15	14	16	22
<b>48-57 anos</b>	12	14	12	14	11	10
<b>58-69 anos</b>	6	11	11	8	7	11

Obs: Classificação econômica conforme Critério Brasil (Anep/Aba).

Datas de realização= 27 de Fevereiro até 13 de Março, 2002