

A CONTRIBUIÇÃO ESTRATÉGICA DO MARKETING EM ANÁLISES DE CONTROLE DA QUALIDADE EM CHÁ MISTO COMPOSTO POR EXTRATOS VEGETAIS FITOTERÁPICOS

Márcia Esperidião¹, Renato Nogueira Perez Avila², Maykon Bueno de Castro³.

RESUMO

O presente artigo apresenta Estratégias de marketing em análises de controle da qualidade para a verificação de características sensoriais ou organolépticas, umidade, resíduo mineral fixo e resíduo fixo insolúvel em HCL (ácido clorídrico), microscópicas e microbiológicas de acordo com as normas da ANVISA, onde não haja risco para humanidade. Através deste foram coletadas três amostras onde duas amostras com trinta ervas foram retiradas de farmácias de manipulações e uma amostra com doze ervas foi coletado em uma banca de rua, com isso a qual apresentou maior numero de impurezas foi as ervas coletadas em banca de rua.

Palavra Chave: ANVISA, Ácido Clorídrico, Análises.

ABSTRACT

This article presents marketing strategies for the analysis of quality control to verify sensory or organoleptic characteristics, moisture, mineral RESIDUES fixed and fixed residue insoluble in HCL (hydrochloric acid), microscopic and microbiological standards according to ANVISA, where there is no risk to humanity. Through this three samples which were collected with thirty two samples were taken from herbal pharmacies manipulations and a sample was collected with twelve herbs in a street stall, with which it had a higher number of impurities was collected herbs in a street stall.

Keywords: ANVISA, Hydrochloric Acid, Analysis

¹Professora e coordenadora do curso de Administração na faculdade Intragrado-INESUL.²Orientador- Docente do Curso de Administração de Empresas (INESUL – Instituto de Ensino Superior de Londrina), tecnólogo em processamento de dados, possui licenciatura plena em informática, especialização em ciência da computação, mestre em sistemas de telecomunicação e informática e doutorado em ciência da educação, professor adjunto de vários cursos.³Academico do Curso de Administração de Empresas (INESUL – Instituto de Ensino Superior de Londrina)

INTRODUÇÃO

Praticamente todos os povos do mundo fazem uso de plantas medicinais, ou seus derivados, para o tratamento de doenças, no Brasil, essas plantas têm sido componentes de produtos industrializados que são comercializados em farmácias, casas de produtos naturais e supermercados, sob a designação de fitoterápico ou droga vegetal.

Tendo em vista que a boa qualidade é um requisito para assegurar a eficácia e a segurança dos produtos, e que a maioria das plantas medicinais nativas comercializadas no Brasil são obtida de populações silvestres, o presente trabalho teve por finalidade avaliar a qualidade de produtos a base de espécies vegetais medicinais e estabelecer prioridades de conservação para as plantas medicinais nativas de valor comercial.

Embora haja no país uma legislação que estabeleça critérios para a qualidade, e normas para produção e comercialização desses produtos, estes ainda têm sido comercializados fora dos padrões estabelecidos, sem garantia da eficiência terapêutica desejada ou da ausência de riscos à saúde do consumidor.

Visto que a má qualidade de um produto possa interferir na ação farmacológica preconizada para a espécie, potencializando efeitos indesejáveis, e que muitas plantas medicinais nativas adquiridas de populações silvestres sofrem ameaças que podem levá-la a extinção, pesquisas avaliando a qualidade de produtos a base de plantas medicinais e estabelecendo prioridades de conservação para espécies vegetais medicinais são de grande importância.

A qualidade dos produtos à base de plantas medicinais, comercializados no Brasil, é cada vez mais preocupante. Pesquisas científicas têm apontado a presença de diversas irregularidades que comprometem a eficácia e põem em risco a saúde do consumidor. Uma das causas para esse panorama tem sido o fato das indústrias responsáveis pela fabricação desses produtos serem basicamente constituída por empresas de pequeno porte que funcionam precariamente associando a isto, não há uma fiscalização efetiva desses produtos, além da legislação vigente (no referente á produção, uso, comercialização e fiscalização de produtos derivados exclusivamente de espécies vegetais.

A indústria farmacêutica teve seu surgimento e desenvolvimento entre o período de 1890 e 1950, sendo sua principal característica o investimento em pesquisas e desenvolvimentos de moléculas novas, o grau de complexidade está não só atrelado aos processos tecnológicos, mas também ao alto grau de insucesso ocorrer na pesquisa de desenvolvimento de uma droga capaz de trazer retorno á empresa. Em um ano de cada 5.000 a 10.000 moléculas sintetizadas, apenas uma é aprovada e de cada 10 drogas lançadas entre 1980 a 1984 apenas três tiveram retorno maior que os custos médicos de pesquisa e desenvolvimento.

A indústria farmacêutica no Brasil tem relação com a saúde pública, uma vez que a necessidade de prevenção e praticas sanitária. As empresas nacionais, entre 1890 e 2000, enfrentaram controle de preços do governo, leis de patentes que aumentaram o monopólio, barreiras de acesso á mídia, descrença nos produtos nacionais, falta de investimento e ainda, um maior controle da agência nacional da vigilância sanitária.

A Indústria farmacêutica se caracteriza pela diferenciação, baseada na inovação, já que o lançamento de produtos é ação prioritária, visto que o desenvolvimento de novos produtos é necessário a cada patente vencida, acontecendo isso, os produtos farmacêuticos ganham concorrência dos genéricos e similares.

Os produtos farmacêuticos são classificados em novas moléculas, produtos de prescrição médica, produtos OTC (over the conter) e produtos genéricos.

Novas moléculas com alto valor agregado, altos investimentos em processo e desenvolvimento, também chamados de princípios ativos, responsáveis por ação terapêutica.

Produtos de prescrição médica dependem exclusivamente da prescrição médica para a comercialização, são também chamados “Produtos éticos” há uma subdivisão desses produtos, produtos de marca (laboratórios produtores possuem patente, são de referência segundo atestado da ANVISA conforme eficácia, comprovação científica) e produtos similares (com propriedades semelhantes aos produtos de marca, com comercialização após final da patente detentora).

Produtos OTC são produtos que podem ser comercializados sem prescrição médica, tais como analgésicos, vitaminas e antigripais, no caso dos chás fitoterápicos também podem ser vendidos sem prescrição médica havendo sempre a especificação da ANVISA.

Produtos genéricos são identificados pelo princípio ativo ou nome da substância, garante igual eficácia, assim como os produtos similares, os produtos genéricos só podem ser comercializados após expiração da patente detentora.

A legitimação do uso de um medicamento está ligada a credibilidade das pesquisas científica nele envolvidas, porém em inúmeros casos a necessidade de se dar credibilidade a resultados de pesquisas de interesse econômico tem impulsionado investimentos da indústria química farmacêutica em pesquisas quantitativas. Essas pesquisas tratam-se na verdade, de estratégias de marketing.

As estratégias de marketing têm passado pelo agendamento de doenças, incentivo à publicação de “artigos científicos”, envasamento de resultados de pesquisas financiadas pela própria indústria, incluindo a não publicação de resultados desfavoráveis.

Como consequência, isto também pode influenciar resultados de bons estudos científicos de revisão sistemática e metanálise realizados por pesquisadores adônicos, estas estratégias de marketing se somam às já conhecidas propagandas agressivas e contínuas sobre “novíssimos” recursos terapêuticos, convencendo não só a população, mais muitos prescritos desatentos.

Pode – se imaginar que a prática do marketing no contexto da indústria farmacêutica, não difere dos demais setores. Entretanto, o que se pode perceber é que existe um estilo específico de se praticar marketing nesse setor, utilizando um conjunto de ferramentas com arranjos, linguagens e proporções bem peculiares. Cabe reforçar que os objetivos desse marketing são os mesmos dos encontrados na literatura sobre marketing de relacionamento para qualquer setor, a saber, fidelização e diferenciação competitiva.

Para ampliar o mercado consumidor dos fitoterápicos, as empresas, além de investir alto em marketing de relacionamento com a classe médica, apostam na educação da população como uma grande oportunidade de aumento de demanda.

Sobre a questão da objetividade da análise em chás fitoterápicos, pode afirmar-se que a subjetividade implicada na pesquisa qualitativa não significa prejuízo da qualidade da análise, desde que haja uma definição explícita das perguntas de pesquisa, dos conceitos adotados e das variáveis, além da descrição detalhada dos procedimentos da pesquisa de campo.

Os principais objetivos do marketing e suas ramificações na indústria química farmacêutica e em farmácias de manipulações, através da publicidade e propaganda é apresentar informações sobre os produtos, marca dos produtos fornecidos na empresa ou política que visa influenciar a atitude de uma audiência para uma causa, posição ou atuação no mercado fitoterápico.

A pesquisa dedicou-se a avaliar as percepções da indústria química farmacêutica como foco dos esforços de marketing dos laboratórios, com o objetivo de descrever e compreender como se constroem, no cotidiano, as dinâmicas do marketing de relacionamento nesse setor.

A descrição proposta que se segue, é fundamentada na reflexão das análises e dos resultados obtidos que se desenvolve a partir das categorias, concebidas com base no referencial teórico, configuração e natureza do relacionamento, Níveis de contato, Estratégias de comunicação, Sistemas de informações e auditorias de mercado.

DESENVOLVIMENTO

Portaria SVS/MS n° 326, de 30 de julho de 1997.

O presente regulamento estabelece os requisitos gerais (essenciais de higiene e de boas praticas de fabricação para alimentos fabricados para o consumo humano).

Portaria n° 1.428

Estabelecer as condições necessárias que permitam executar as atividades de inspeção sanitária, de forma a avaliar as boas práticas para a obtenção de padrões de identidade e qualidade de produtos e serviços na área de alimentos com vistas à proteção da saúde da população.

¹droga vegetal – “planta medicinal ou suas partes, após processos de coleta, estabilização e secagem, podendo ser íntegra, rasurada, triturada ou pulverizada” (Brasil, 2004); ²fitoterápico – “é todo medicamento obtido empregando-se exclusivamente matérias primas ativo vegetais. É caracterizado pelo conhecimento da eficácia e dos riscos de seu uso, assim como pela reprodutibilidade e constância de sua qualidade. Sua eficácia e segurança são validadas através de levantamentos etno-farmacológicos de utilização, documentações técnico-científicas em publicações ou ensaios clínicos fase 3” (Brasil, 2004).

Resolução RDC 216/04, 15 de dezembro de 2004.

Estabelecer procedimentos de boas práticas de fabricação em alimentos para garantir as condições higiênicas – sanitário do alimento preparado pronto para o consumo.

Portaria nº 1.428

Estabelecer as condições necessárias que permitam executar as atividades de inspeção sanitária, de forma a avaliar as boas práticas para a obtenção de padrões de identidade e qualidade de produtos e serviços na área de alimentos com vistas à proteção da saúde da população.

Amostras Coletadas

Foram coletadas três amostras de fitoterápicos comercializados de formas de extratos vegetais contendo folhas, caule, flores inteiras e em pedaços para ser consumido em formas de chás na região do norte do Paraná, onde duas delas foram adquiridas em farmácias de manipulações e uma em comércio informal, De acordo com a ANVISA os chás devem seguir os seguintes padrões:

Características sensoriais ou organolépticas

Onde devem possuir aspectos próprios do produto, cor própria do produto, cheiro próprio do produto, e sabor próprio do Produto.

Característico físico – químicas

Umidade - máxima 12%, resíduo mineral fixo - máximo 8% P/P, resíduo mineral fixo insolúvel em HCL a 10% V/V- máximo 1,5% do número mais provável, e microscópicas onde deverá haver ausência de sujidades, parasitas e larvas e microbiológicas onde não devem exceder o padrão para bactérias do grupo coliforme fecal que é de no máximo 10g.

Análises sensoriais ou Organolépticas

Para a realização desta análise, foi necessário o auxílio de órgãos sensoriais como visão, olfato, gosto e paladar para a avaliação do chá na forma seca e também aparência, odor, sensação na boca e sabor da infusão do chá preparado conforme a recomendação da embalagem.

Análises de resíduos minerais fixos (cinza seca) e insolúvel em HCL a 10% (cinza úmida)

Aplicação em chá misto, definição da matéria mineral que depois da aplicação do método descrito permanece como resíduo incombustível da substância, objetivos de determinação do teor de cinzas da amostra.

Técnica: Pesar cerca de 5g de amostra num cadinho de porcelana, o conjunto deve ser colocado numa mufla, inicialmente a uma temperatura mais baixa e depois a 500°C – 600°C. Quando a cinza estiver pronta, isto é, não restar nenhum resíduo preto de matéria orgânica, o conjunto é retirado da mufla, colocado em um dessecador para esfriar e pesado quando atingir a temperatura ambiente. A diferença entre o peso do conjunto e o peso do cadinho vazio dá a quantidade de cinzas na amostra.

Técnica adicional 25 ml de HCL (ácido clorídrico) 10% no cadinho com a cinza: Cobrir com um vidro de relógio e aquecer por 5 minutos. Filtrar num papel sem cinza e lavar com água quente, colocar o filtro com o resíduo no cadinho e incinerar até a cinza ficar clara, esfriar e pesar.

Análises de Umidade a 105°C

Aplicação em chá misto, definição de umidade correspondente à perda em peso sofrido pelo produto aquecido em condições nas quais a água é removida, objetivos de determinação do teor de umidade da amostra.

Técnica: Pese 5g da amostra em um pesa-filtro previamente aquecido em estufa a 105°C, por 1 hora, resfriado em dessecador até a temperatura ambiente e pesado. Aqueça durante 5 horas em estufa a 105°C, resfrie em dessecador até a temperatura ambiente.

Análises Microscópicas

Aplicação em chá misto, definição sobre a técnica onde é mais usada para partículas maiores de um micrômetro, objetivos de determinação de sujidades visíveis à olho nu da amostra.

Técnica: As amostras foram analisadas da forma macroscópica para sujidades visíveis ao olho nu e também com auxílio de lupa eletrônica, para esta análise foram pesados 5g de cada amostra em cápsula de vidro e pesado às sujidades encontradas em balança analítica.

Análises Microbiológicas

Aplicação em chá misto, definição onde pode detectar micro-organismos presentes na amostra, como coliformes fecais e coliformes totais, objetivos de determinação sobre teor de micro-organismos da amostra.

Técnica: As análises quantitativas de coliformes fecais e totais foram realizadas pelo método Numero mais provável (NMP) de acordo com o manual de métodos de análises microbiológicas de alimentos, por meio da técnica dos tubos múltiplos, no qual tem limite de confiança de 95%.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluiu-se através deste trabalho o conceito e a finalidade dos principais objetivos do marketing e suas ramificações na indústria química farmacêutica e farmácias de manipulações, através da Publicidade e Propaganda que são uma atividade dedicada à difusão, com publicação de idéias sobre informações de um produto, marca, empresa ou política que visa influenciar a atitude de uma audiência para uma causa, posição ou atuação no mercado fitoterápico.

Com a finalidade de proporcionar um instrumento de orientação aos profissionais da área de Controle de Qualidade de Fitoterápicos, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária coordenou um grupo de trabalho constituído por técnicos de sua Gerência Geral de produtos fitoterápicos e por representantes da Câmara Técnica de produtos medicinais, da comunidade acadêmica, dos laboratórios oficiais, dos profissionais da área e do setor produtivo para a elaboração das análises presentes no trabalho, com finalidade geral e métodos de ensaios analíticos, a Identificação e Dosagem, diretrizes, informações e métodos de ensaios para o Controle de Qualidade de Produtos fitoterápicos.

Os ensaios de Controle de Qualidade têm por objetivo avaliar as características físicas, químicas e microbiológicas das matérias-primas, embalagens, produtos em processo e produtos acabados.

Assim, a verificação da conformidade das especificações deve ser vista como um requisito necessário para a garantia da qualidade, segurança e eficácia do produto e não somente como uma exigência regulatória.

As características físico-químicas de produtos acabados, conforme a legislação brasileira vigente e harmonizada no MERCOSUL, é exigida a apresentação dos dados de controle de qualidade (especificações) no ato da regularização do produto. Nas inspeções, é exigida a apresentação das especificações, dos métodos de ensaio e dos registros das análises, a empresa deve cumprir o estabelecido no termo de responsabilidade, constante do dossiê de registro/notificação, por meio do qual declara que os produtos atendem aos regulamentos e outros dispositivos legais referentes ao controle de processo e de produto acabado, e aos demais parâmetros técnicos relativos às Boas Práticas de Fabricação.

REFERÊNCIAS

Chieff, A.L, Barata, R.C.B. Ações judiciais: estratégias da indústria química farmacêutica para introdução de novos medicamentos, revista de saúde pública, 44(1): 190-6 2010.

http://www.institutosalus.com/colunistas/luciane-anita-savi/estrategias_de-marketing-da-industria-farmaceutica-e-a-venda-de-medicamentos

(acesso dia 15/06/2012 às 03h45min AM)

AMARAL, F.M.M.; COUTINHO, D.F.; RIBEIRO, M.N.S.; OLIVEIRA, M.A. Avaliação da qualidade de drogas vegetais comercializadas em São Luís/ Maranhão. Revista Brasileira de Farmacognosia, v. 13, n. 1, p.27-30, 2003.