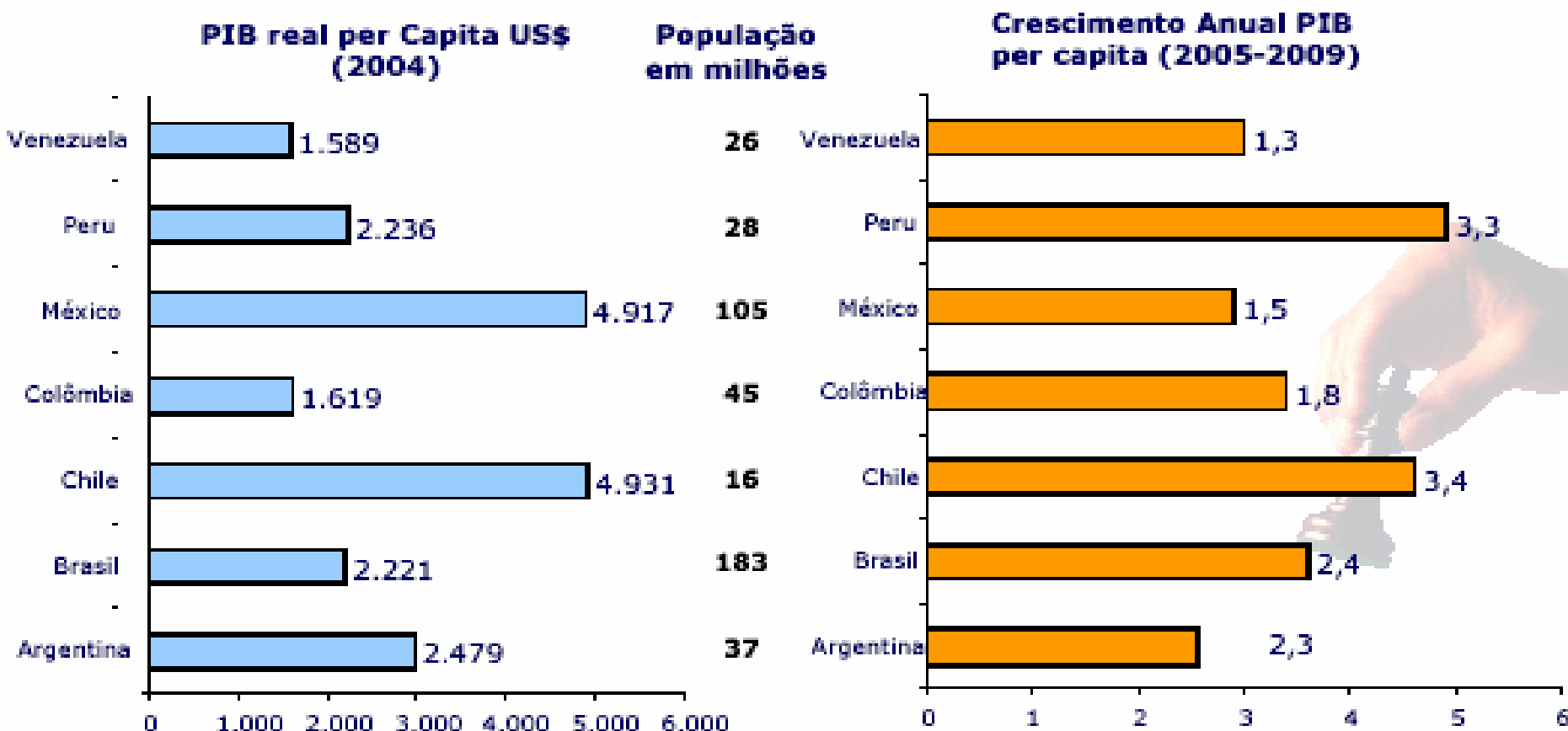


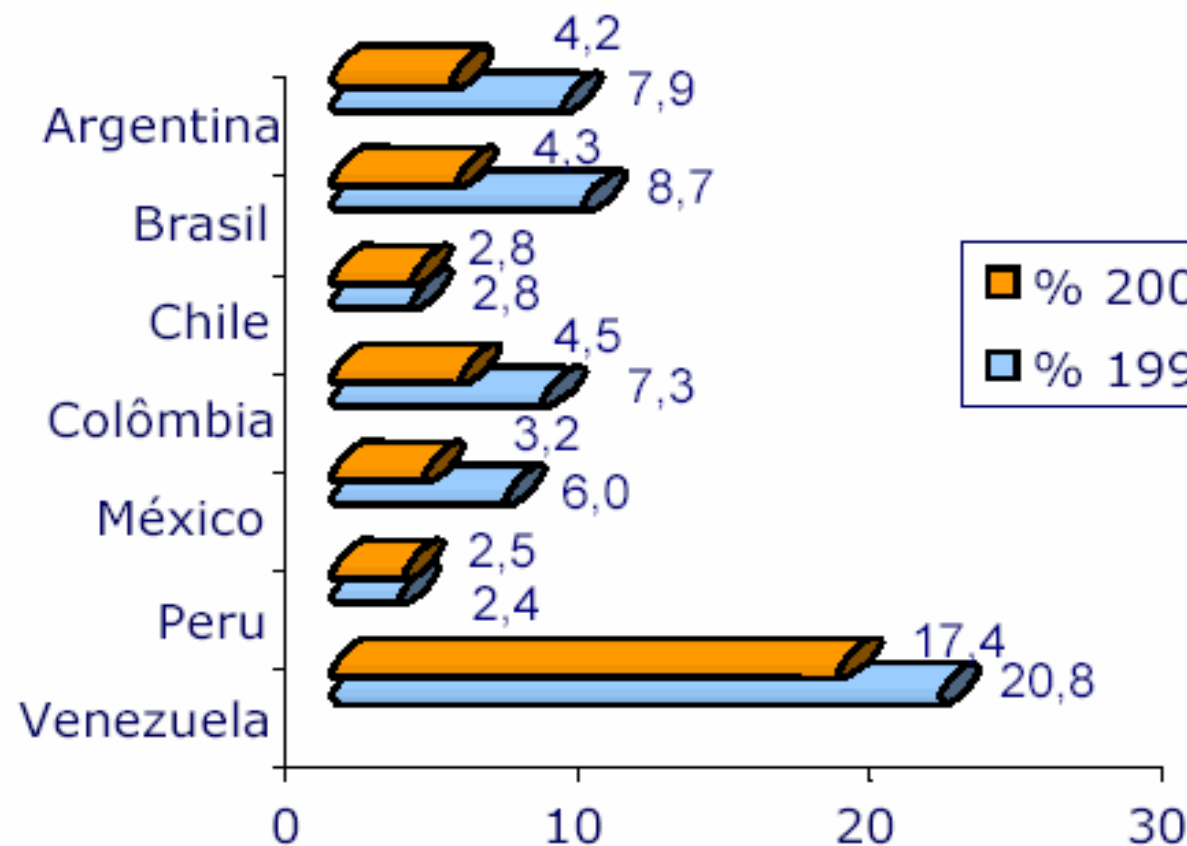
PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA NA ÁREA DE FÁRMACOS

Pontos nos quais se baseiam as diferenças na América Latina



Indicadores Sócio-Econômicos

Inflação

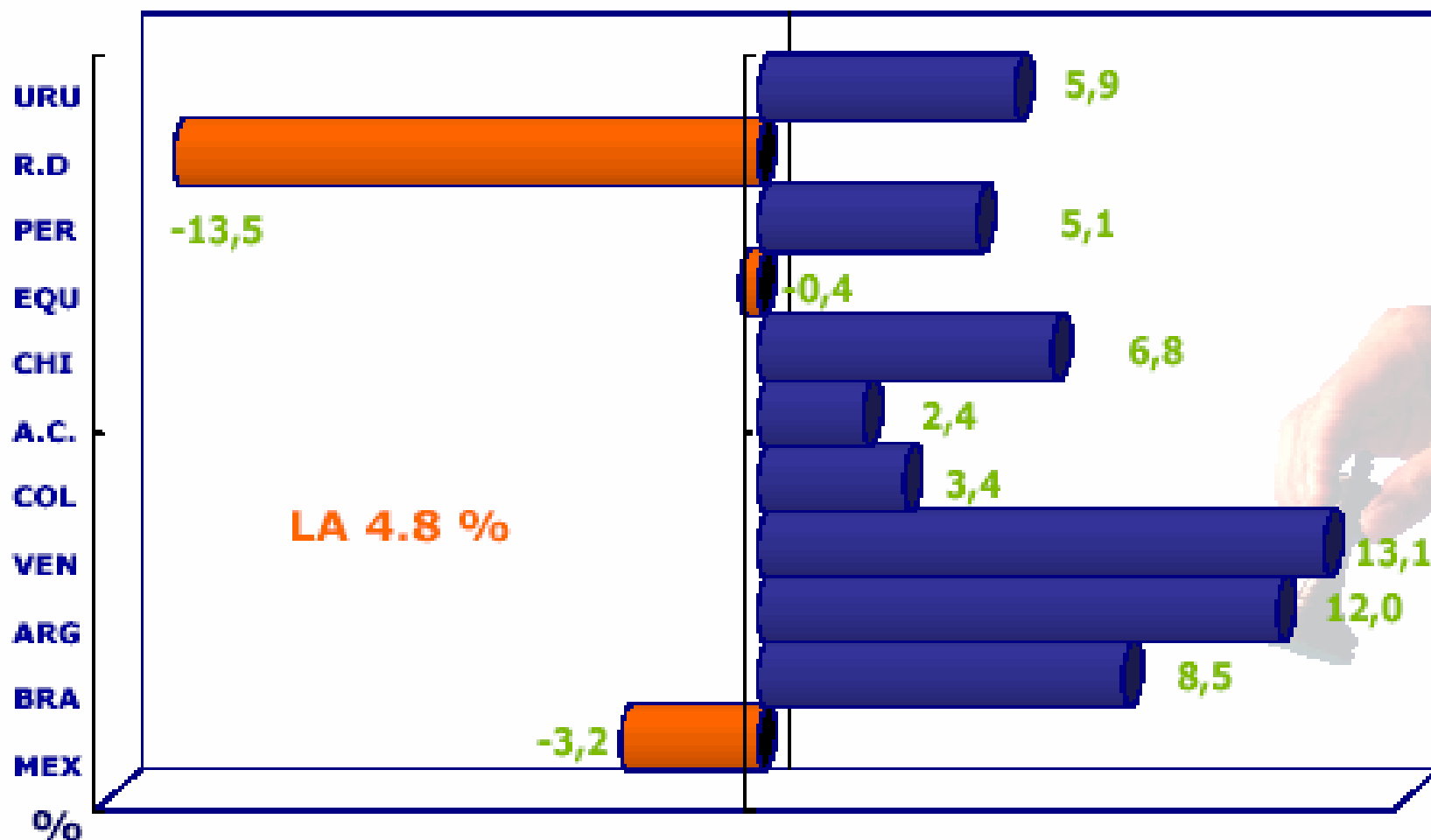


Brasil e Argentina ganham importância regional

	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2004
	%			(000)			%Evol.
México	40,1	39,1	36,1	7.227	7.348	7.640	4,0
Brasil	25,6	25,8	27,6	4.615	4.853	5.855	20,6
Argentina	7,3	9,5	9,8	1.308	1.790	2.076	16,0
Venezuela	8,4	8,0	8,8	1.515	1.511	1.857	22,9
Colômbia	5,2	4,7	5,1	938	884	1.087	23,0
Total	100	100	100	17.972	18.807	21.176	12,6

Mercado Farmacêutico Latino-americano

Crescimento em UNIDADES 2004

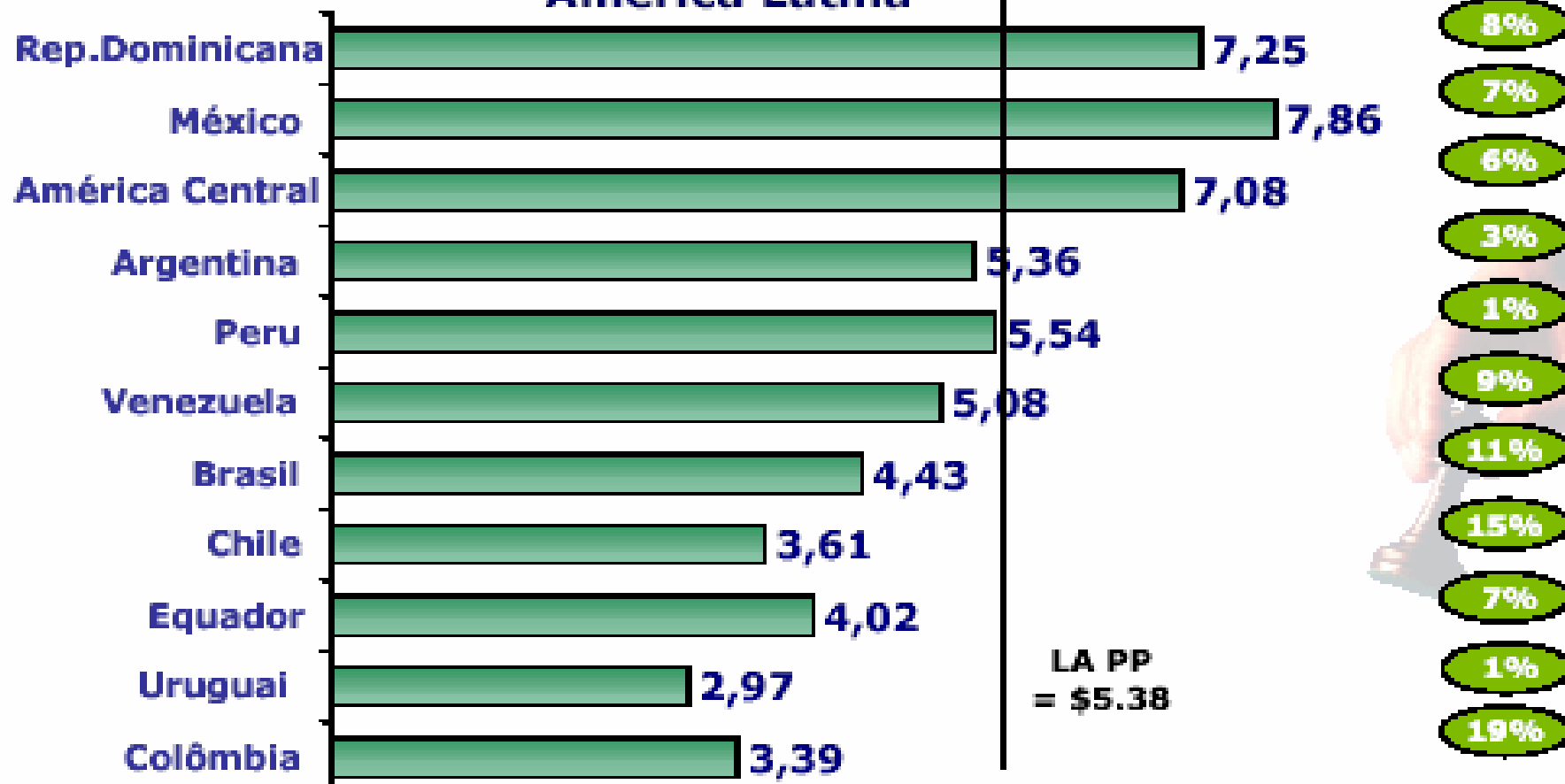


Preço médio US\$ MAT 2004

% Crescimento do Preço em US\$

2004

América Latina



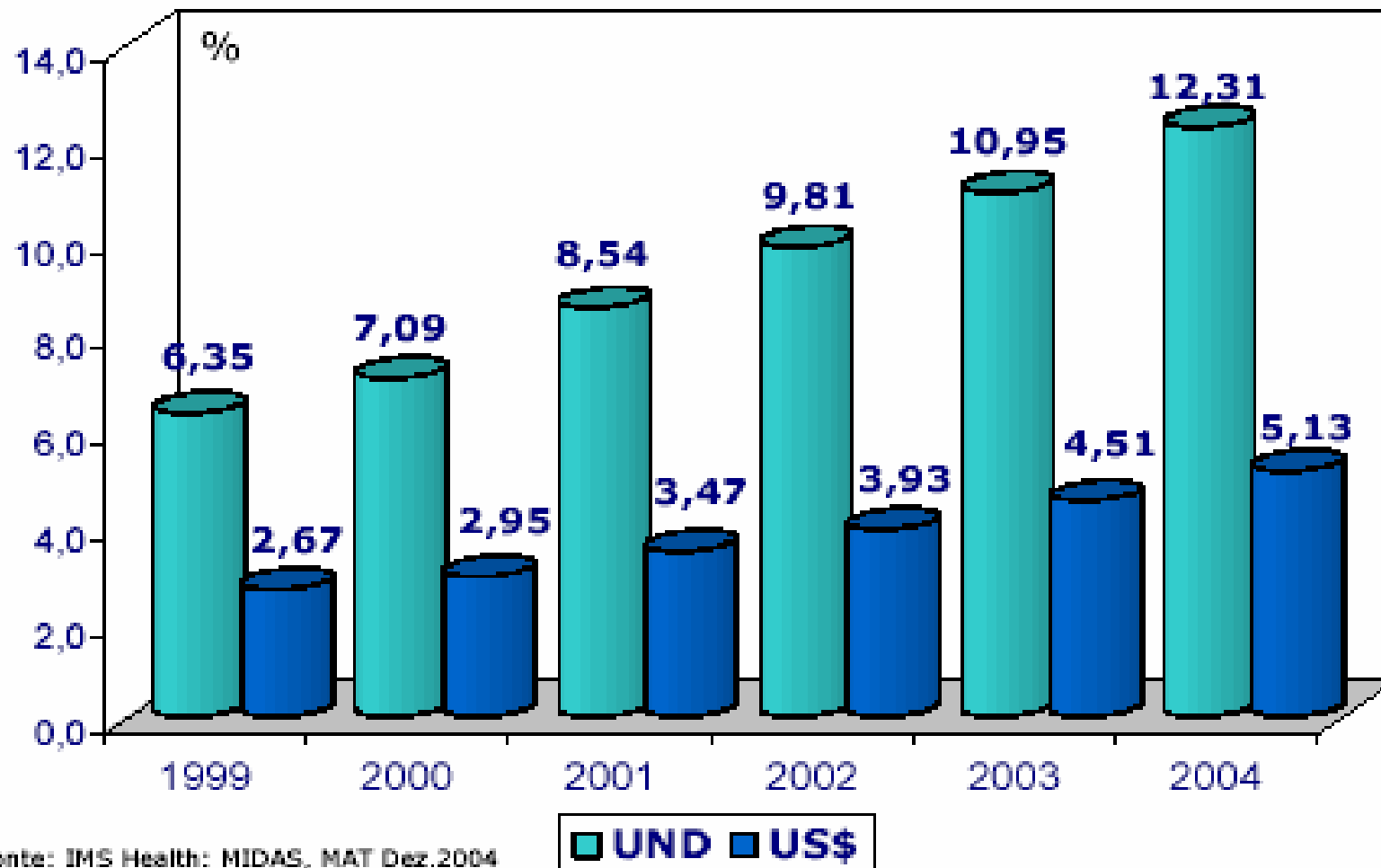
20 Principais Produtos

			US\$ Milhões	US\$ %	US\$ %Cresc.
TOP 20			1.472	8,1	12,7
1	VOLTAREN	NVR	146	0,8	1,0
2	VIAGRA	PFZ	117	0,6	-6,2
3	ASPIRIN	BAY	106	0,6	24,0
4	LIPITOR	PFZ	90	0,5	19,7
5	CELESTONE	SCP	87	0,5	3,4
6	XENICAL	ROC	76	0,4	23,1
7	NAN	NES	76	0,4	23,4
8	NOVALGIN	SNF	72	0,4	-5,7
9	CIALIS	ELI	70	0,4	216,6
10	PLAVIX	SNF	66	0,4	30,6
11	VIOXX	MSD	63	0,3	-18,7
12	RIVOTRIL	ROC	63	0,3	19,9
13	DISOPHROL	SCP	61	0,3	43,8
14	CELEBREX	PFZ	60	0,3	7,1
15	NAPROSYN	ROC	59	0,3	-5,7
16	TYLENOL	J&J	56	0,3	10,6
17	BUSCOPAN COMP	EI	53	0,3	12,3
18	XANAX	PFZ	53	0,3	16,6
19	DOLO NEUROBION	MRK	52	0,3	24,7
20	PHARMATON	EI	52	0,3	6,4

20 Principais Companhias

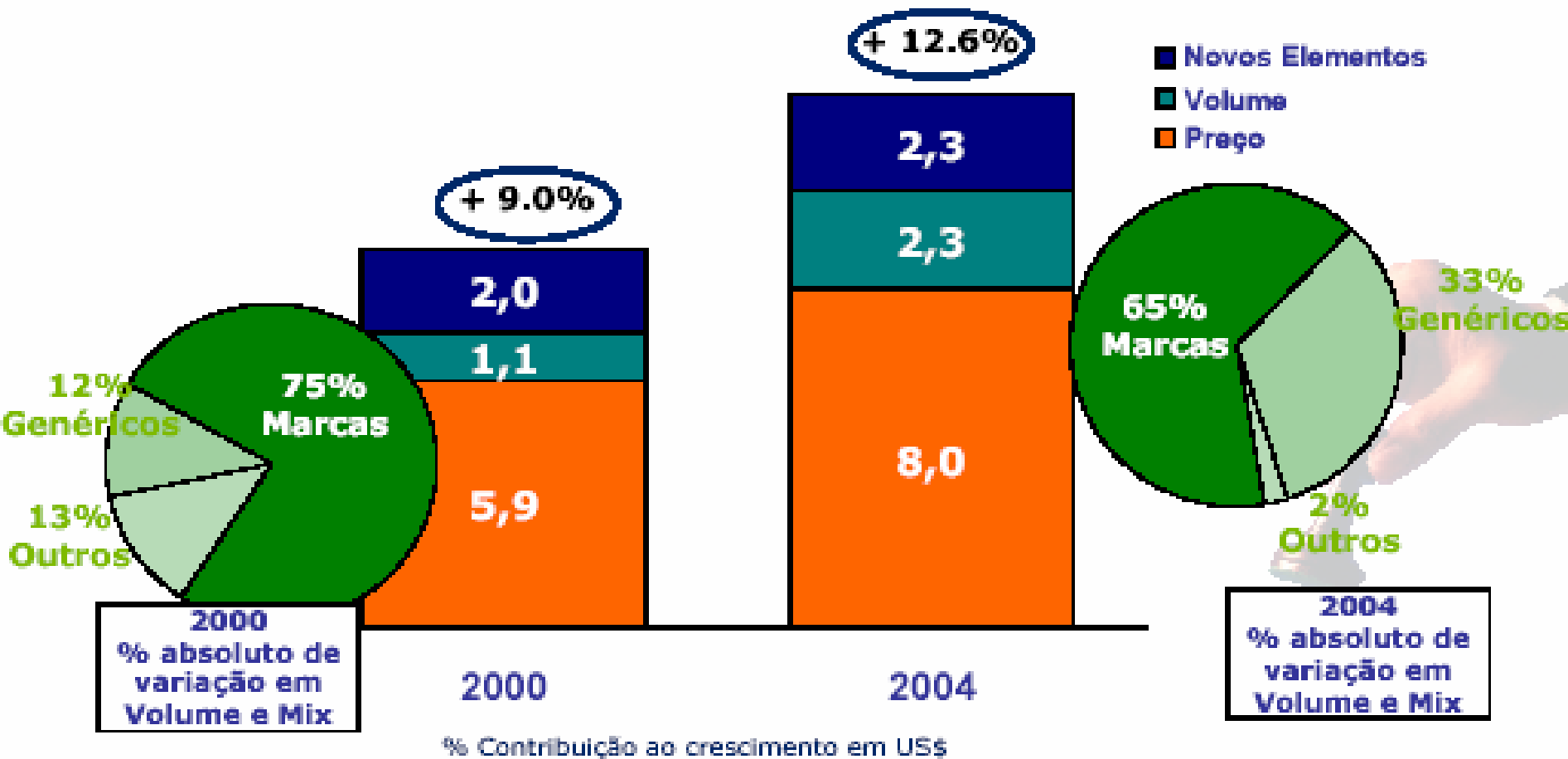
	US\$ (000)	US\$ %	US\$ %Cresc.
TOP 20	11.257	61,8	9,1
1 PRIZER	1.226	6,7	8,8
2 SANOFI-AVENTIS	1.141	6,3	8,7
3 ROCHE	886	4,9	3,7
4 NOVARTIS	875	4,8	7,0
5 GLAXOSMITHKLINE	744	4,1	6,0
6 SCHERING PLOUGH	725	4,0	7,1
7 BOEHRINGER INGEL	590	3,2	10,2
8 BRISTOL-MYERS SQB.	577	3,2	1,2
9 WYETH	513	2,8	3,4
10 JOHNSON & JOHNSON	464	2,5	11,4
11 MERCK & CO	459	2,5	5,2
12 BAYER	449	2,5	19,7
13 ABBOTT	409	2,2	6,1
14 SCHERING AG	363	2,0	13,8
15 MERCK KGAA	362	2,0	22,1
16 NESTLE	331	1,8	19,4
17 ASTRAZENECA	328	1,8	25,1
18 ALTANA	319	1,8	9,3
19 ACHE LABS	256	1,4	9,8
20 LILLY	238	1,3	20,4

Participação dos Genéricos na América Latina 1999-2004

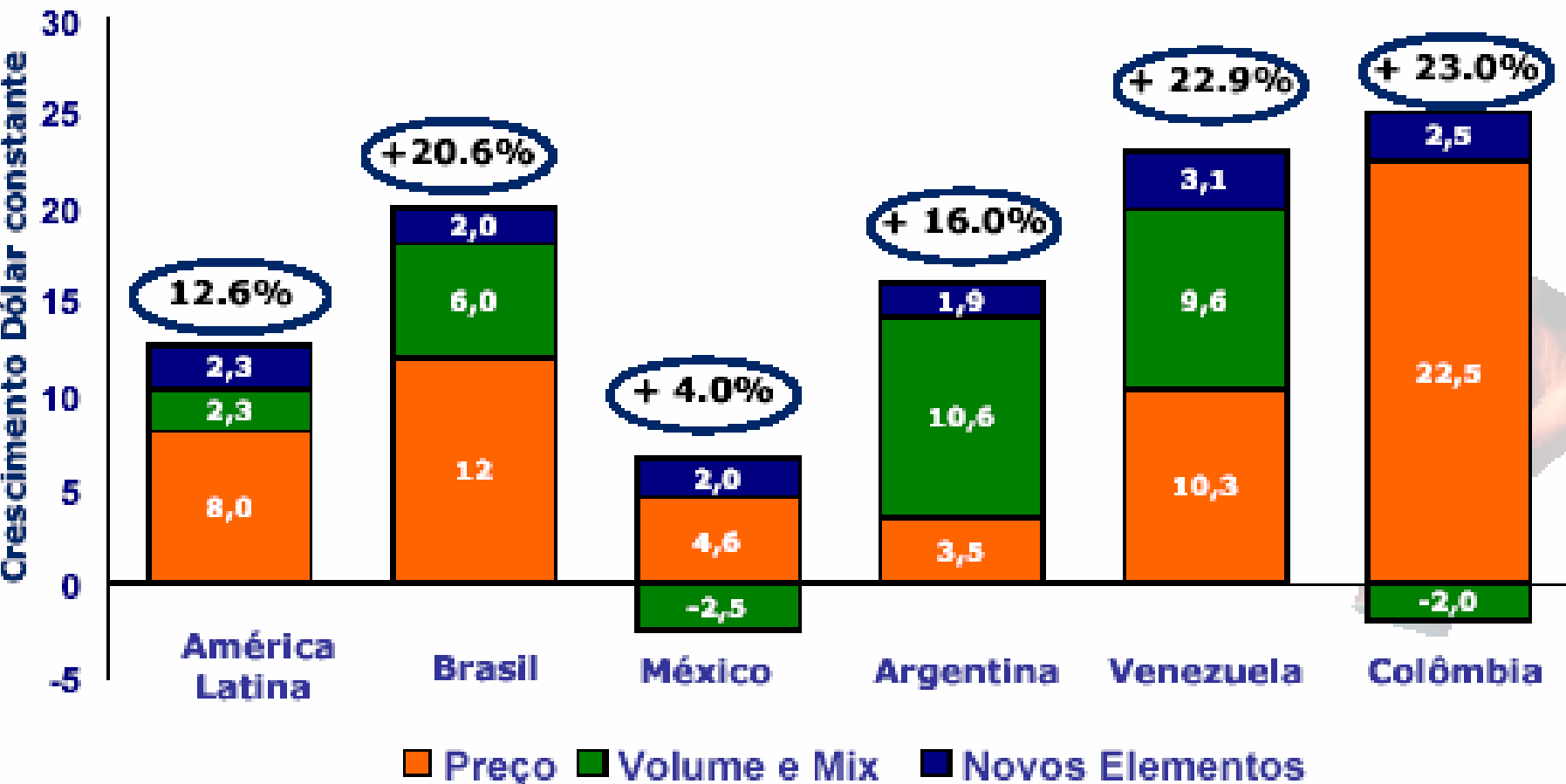


Análises de Crescimento

Impacto de Marcas e Genéricos

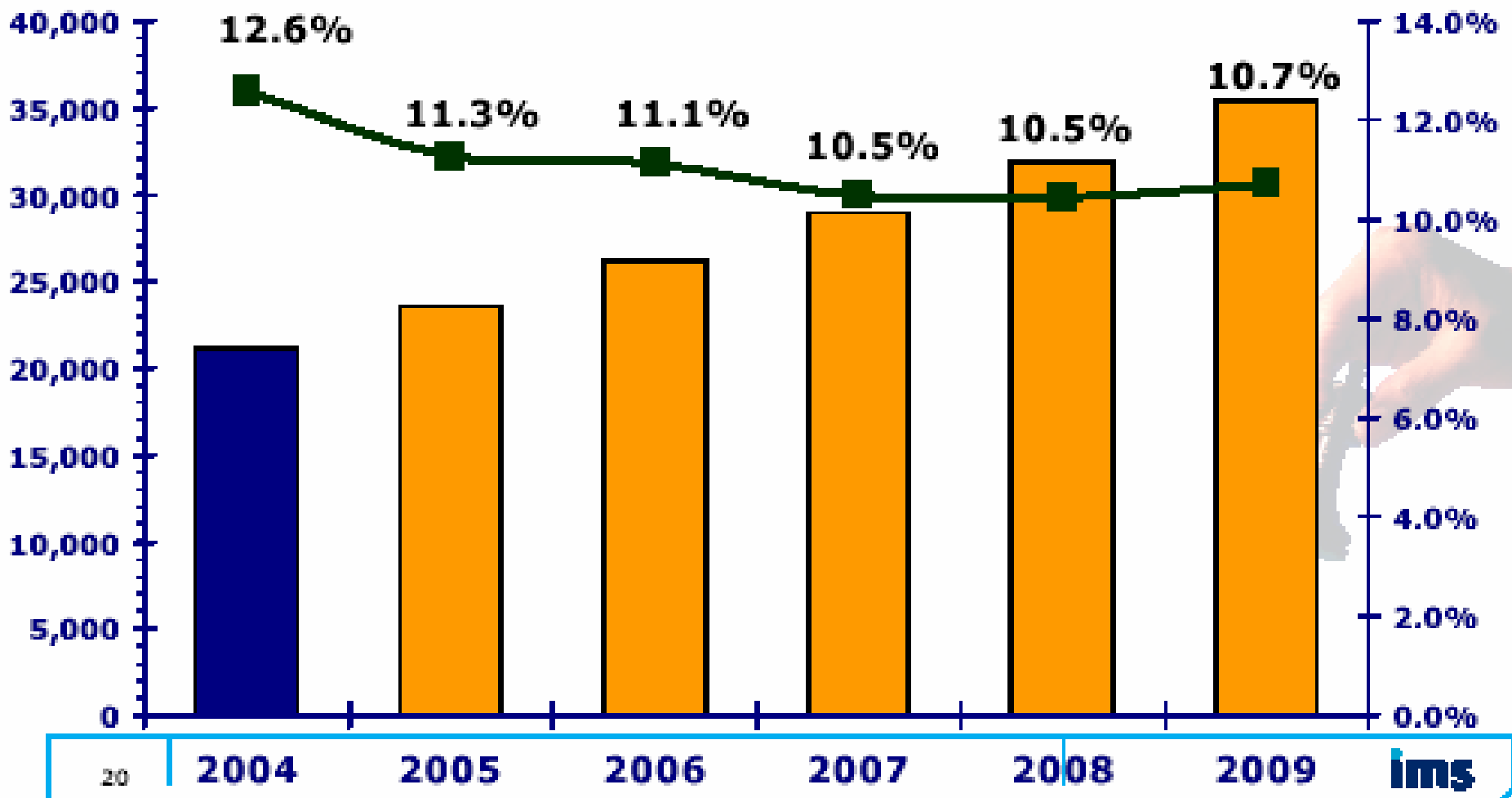


Análises de Crescimento Principais Mercados US\$

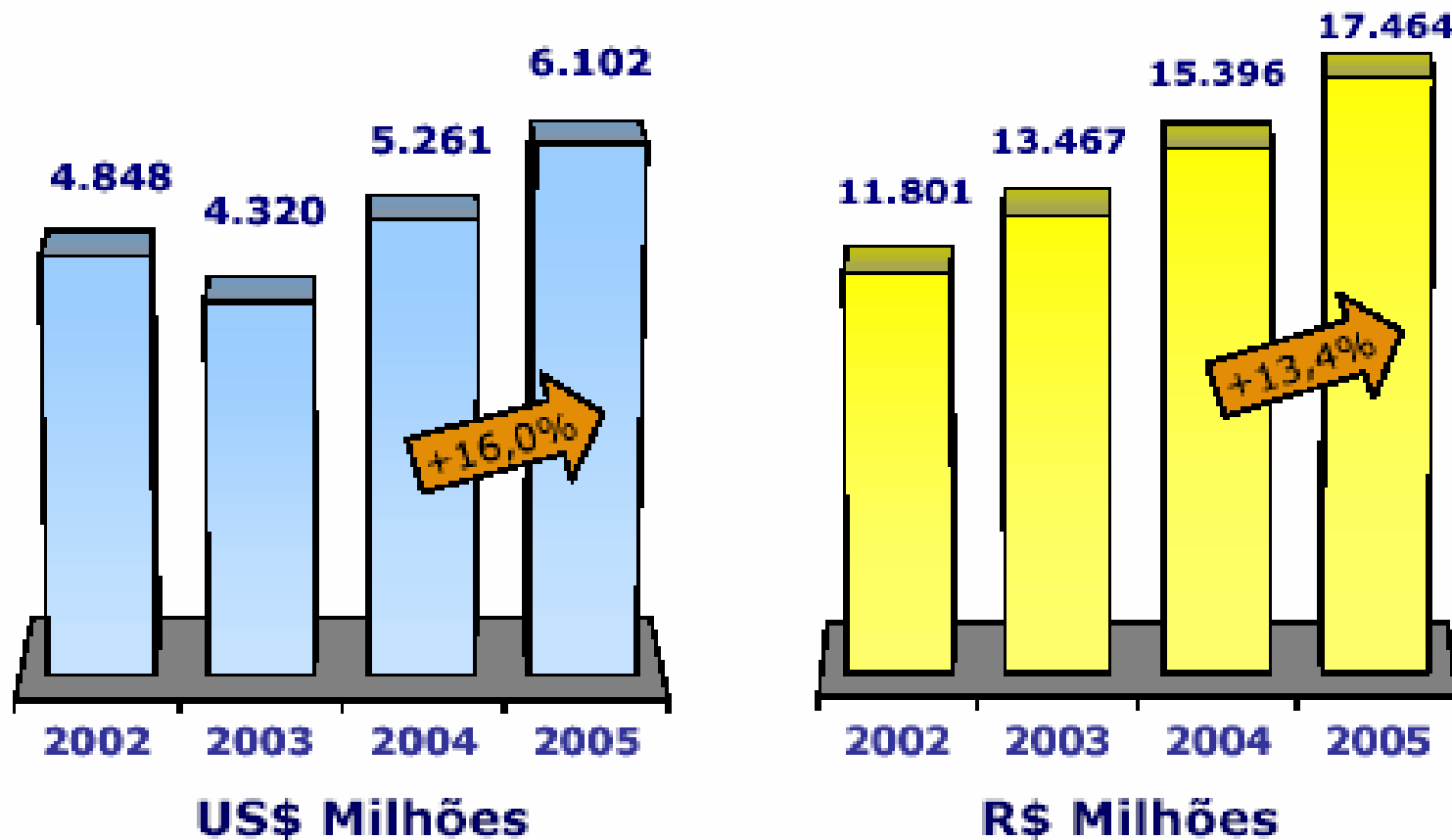


Projeção do Mercado Latino-americano

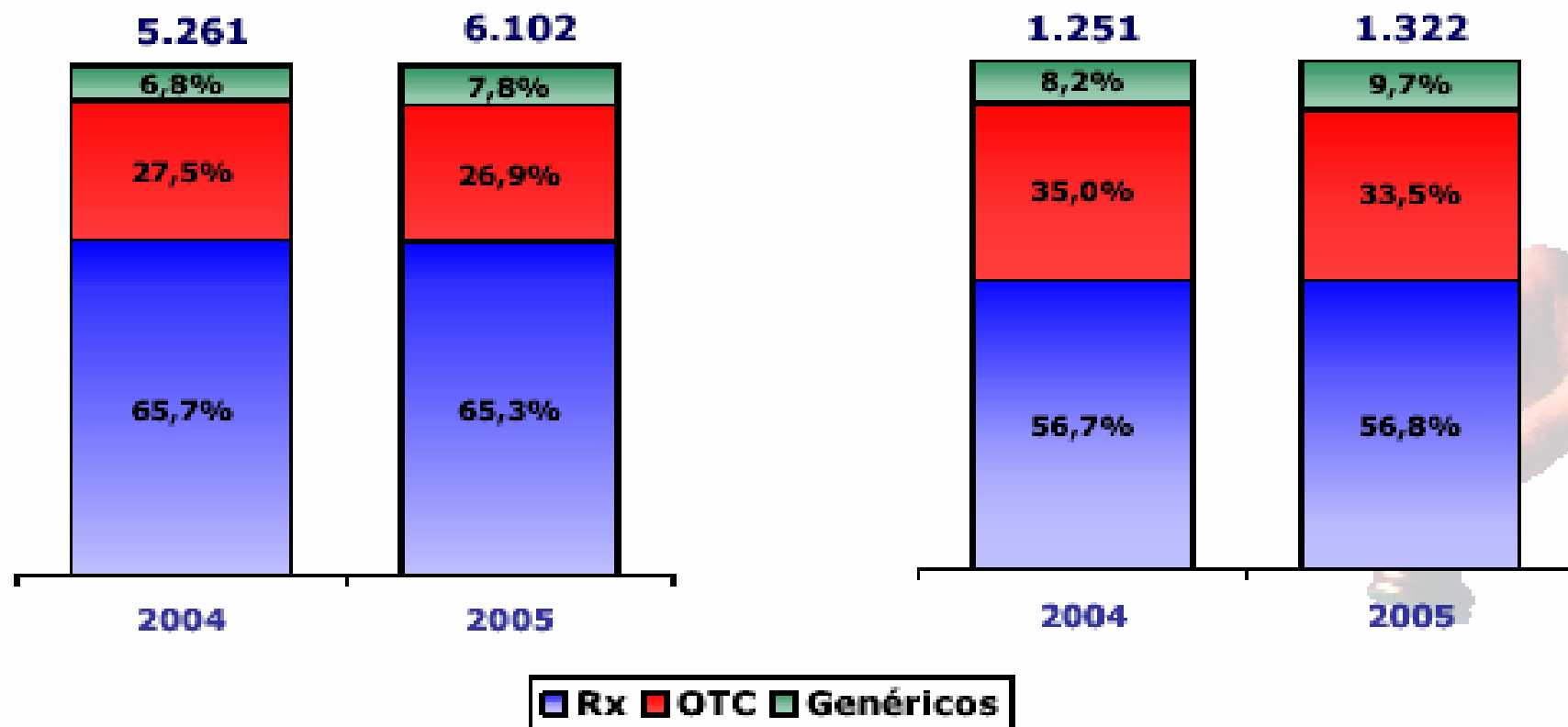
US\$'000 (2005 /2009)



Crescimento em valor continua forte no primeiro trimestre de 2005



Genéricos continuam avançando enquanto segmento OTC perde fôlego



US\$ Milhões

Unidades

Redutores de Colesterol e Contraceptivos são classes de destaque

#	Classe	Descrição	2005	2001	Ranking		CAGR 01-05
					2005	2001	
1	G04B	UROLOGICOS	1.391	657	6	28	16,2%
2	C10A	REDUTORES DE COLESTEROL	1.431	1.007	5	13	7,3%
3	N06A	ANTIDEPRESSIVOS	1.830	1.350	4	4	6,3%
4	R05A	ANTIGRIPAIS	970	737	14	22	5,6%
5	G03A	CONTRACEPTIVOS	3.050	2.432	2	3	4,6%
6	A11A	POLIVITAMINICOS	996	816	12	19	4,1%
7	M03B	RELAXANTES MUSCULARES	998	825	11	17	3,9%
8	N03A	ANTICONVULSIVANTES	1.009	837	10	16	3,8%
9	A06A	LAXANTES	790	674	19	26	3,2%
10	A10B	ANTIDIABETICOS ORAIS	760	679	20	25	2,3%
TOTAL MERCADO			6.102.347	5.983.389			2,0%

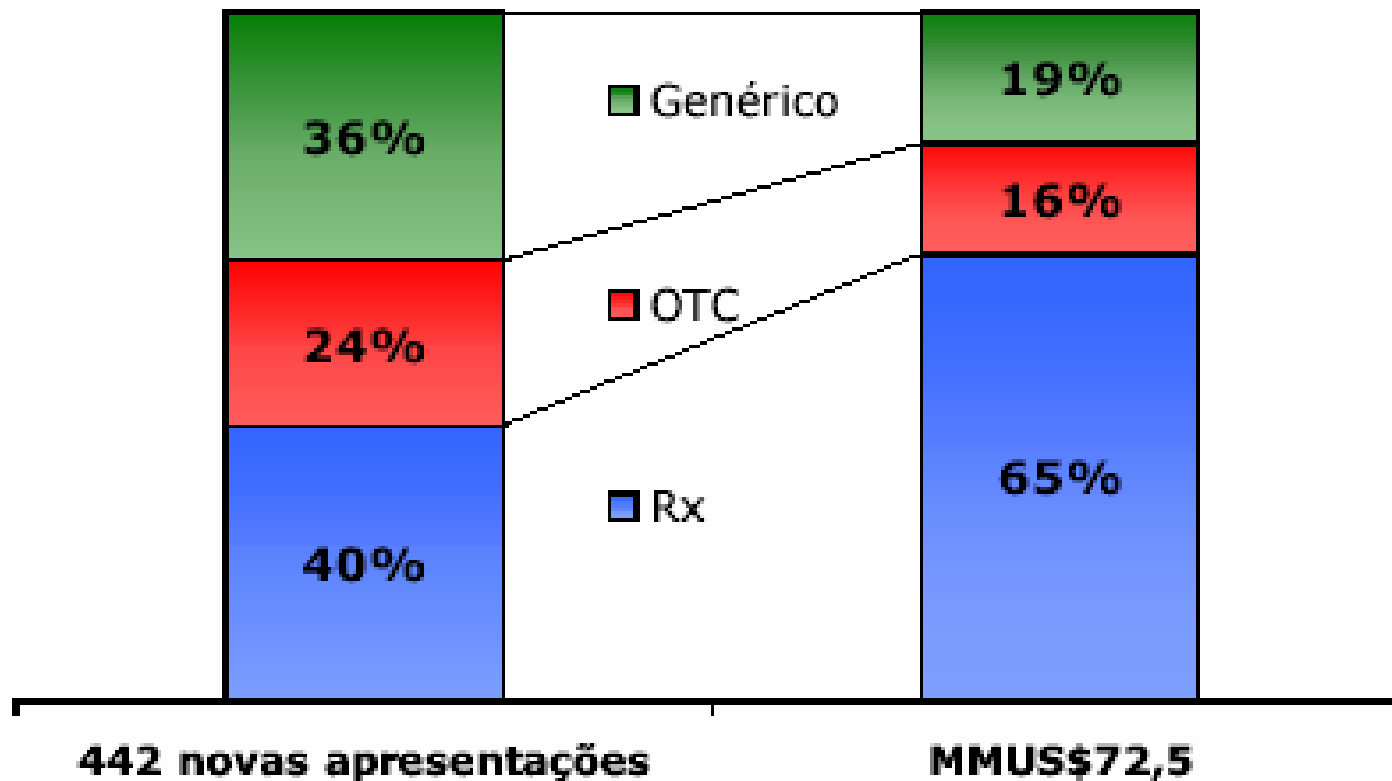
Lideranças de classes terapêuticas são sustentadas a exceção do mercado de Antidepressivos e Penicilinas

Mercado	US\$ MM	Var. % 05 x 04	1º Player	2º Player	3º Player
Analgésicos	307	20	Janssen	Sanofi-Aventis	Bayer
Contraceptivos	304	21	Shering BR	Organon	Wyeth
Antinflamatórios	289	9	Novartis		MSD
Antidepressivos	182	18	Eurofarma	Novartis	Libbs
Red Colesterol	143	39	Pfizer	MSD	Novartis
Urológicos	139	26	Pfizer	Lilly	Bayer
Tranquilizantes	115	12	Roche	Pfizer	Novartis
Antiulcerosos	113	15	Medley		AstraZeneca
Penicilinas	101	14			Eurofarma

Cialis e Yasmin se destacam dentre os produtos inovadores, Lipitor ganha posições

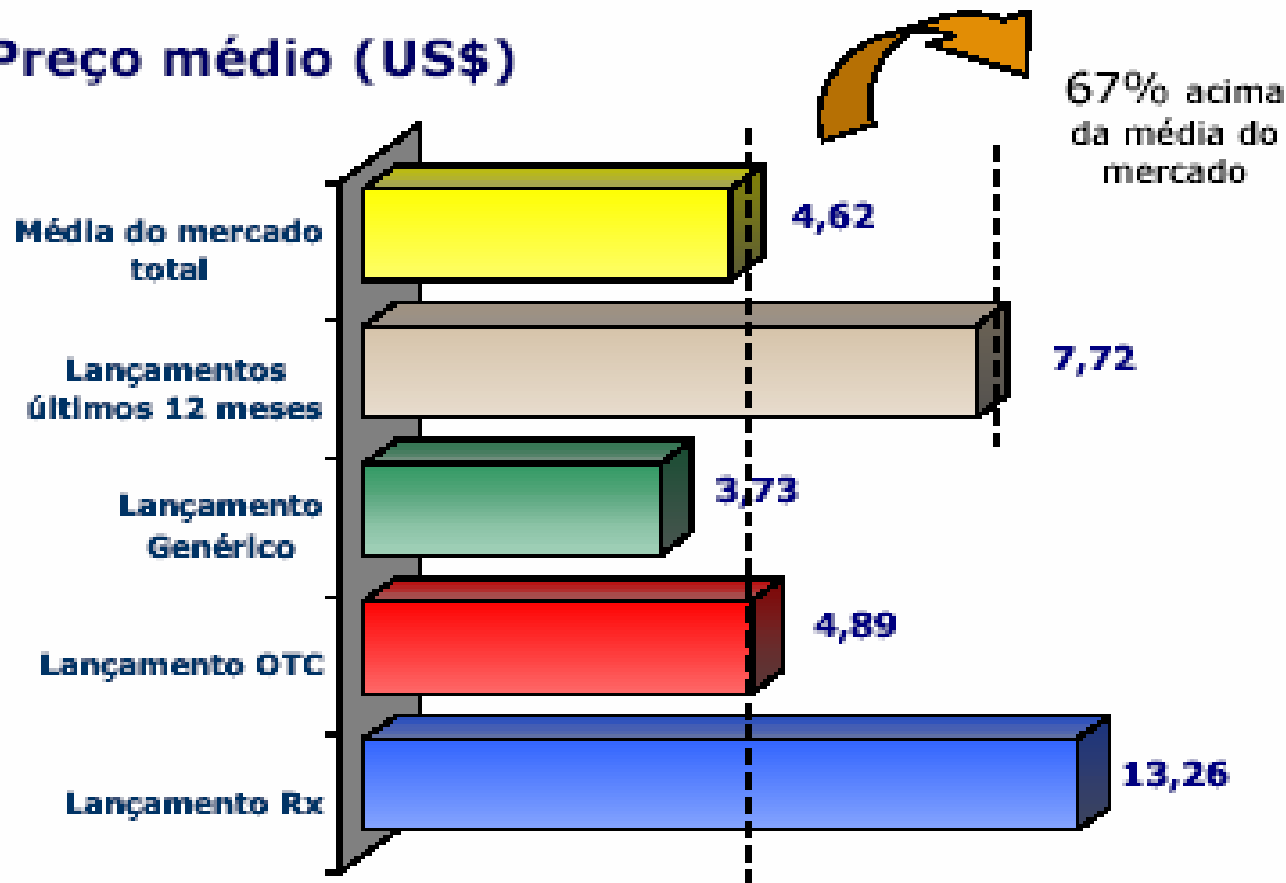
				MAT Abril 2005	
Posição				US\$ Mil	I.E.
04	05	Produto	Mercado		
1	1	Viagra PFZ	Disfunção erétil	67,8	86
2	2	Dorflex AVS	Relaxantes musculares	50,9	99
3	3	Tylenol JC	Analgésico	46,6	94
8	4	Cialis LLY	Disfunção erétil	44,3	143
7	5	Neosaldina AAA	Analgésico	32,8	102
29	6	Yasmin SHG	Contraceptivos	32	178
11	7	Lipitor PFZ	Redutores do colesterol	31,7	118
5	8	Diane 35 SHG	Contraceptivos	30,7	93
6	9	Cataflan Geigy NVR	Anti-reumático	27,1	82
10	10	Novalgina AVS	Analgésico	25,8	90

Lançamentos nos últimos 12 meses se dividem entre as classes, mas produtos de prescrição tem maior valor



Lançamentos de prescrição nos últimos 12 meses auxiliando na recuperação de preços

Preço médio (US\$)



Artrolive e Crestor tem destaque entre os lançamentos dos últimos 12 meses

MAT DEZ 2004

US\$ MM

Produto	Mercado	US\$ MM
Artrolive (A4H)	Artrite/Dor	5,9
Crestor (AZN)	Cardiovasculares	5,9
Vick-Mel (PRG)	Expectorante	4,1
Condroflex(ZD1)	Artrite/Dor	4,0
Vytorin (MSD)	Cardiovasculares	3,7
Tri-Luma (GLD)	Dermatológicos	2,7
Vivacor (BT4)	Cardiovasculares	2,2
Retin-ox Correxion (J_J)	Dermatológicos	1,8
Mirtax (A4H)	Relaxante Muscular	1,6
Zetsim (SHG)	Cardiovasculares	1,6

OTC impulsionado pelos segmentos de analgésicos e antigripais

	US\$ Mil MAT Mar 2005	Cresc. MAT Mar 2005
Total OTC	1.641	13,3
Analgésicos	178	17,3
Antigripais	94	20,1
Vitaminas	67	14,2
Antiácidos	64	12,4
Laxantes	58	12,1
Expectorantes	56	9,1
Relaxantes Musculares	55	13,8
Vitamina C	47	(0,8)

Bayer, GSK Consumo e P&G tem destaque com crescimento acima do mercado OTC

Pos.		US\$ MM MAT Mar 2005	Cresc. MAT Mar 2005
04	05 Brasil	1.641	13,3
1	1 Sanofi-Aventis	179	10,4
2	2 DM	130	11,9
5	3 Bayer	94	20,2
4	4 Altana	94	12,5
3	5 Ache	87	4,5
6	6 BMS	73	10,6
8	7 GSK Consumo	71	38,1
7	8 Janssen	63	6,4
10	9 Procter & Gamble	58	24,5
9	10 Boehringer	54	11,6
Top 10		903	13,6

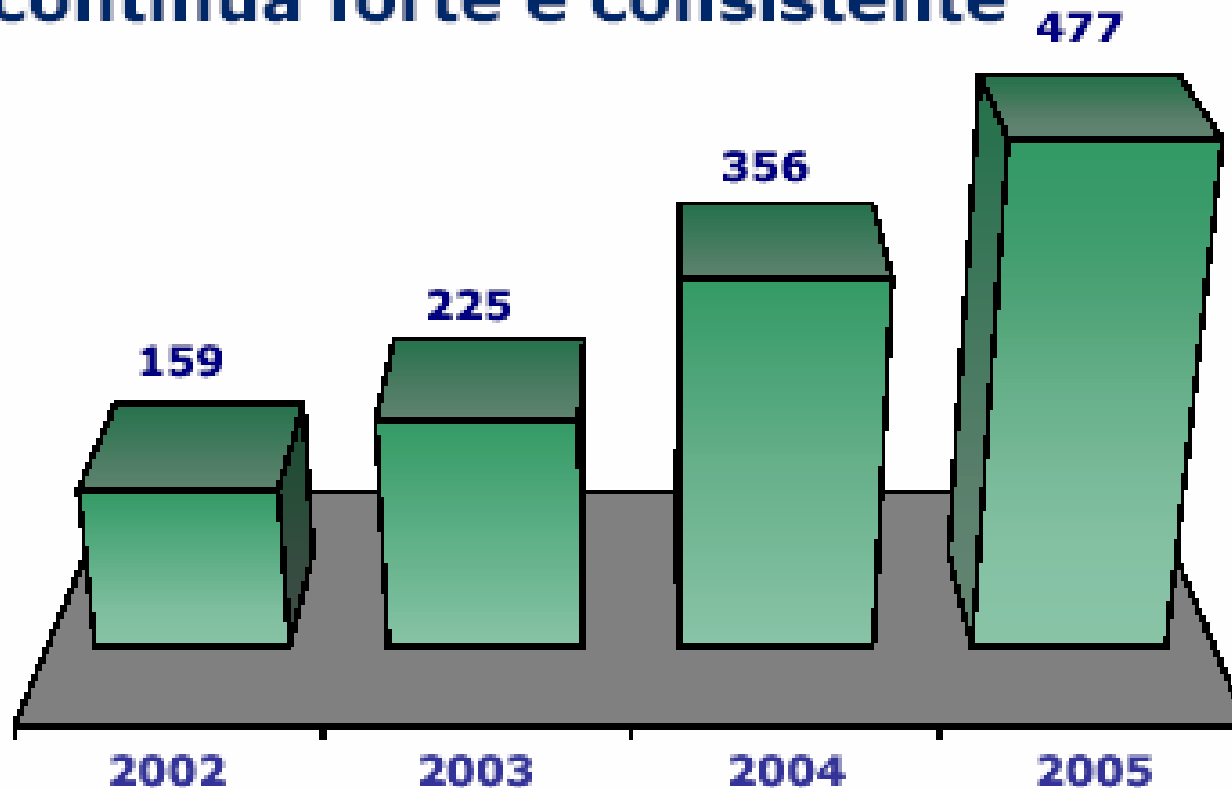
Aspirina com recuperação de mercado significativa. Hipoglos merece destaque

				MAT Mar 2005	
Pos.				US\$ MM	% Crescimento
04	05	Produto	Mercado		
1	1	Dorflex AVS	Relaxante Muscular	50,1	12,5
2	2	Tylenol JC	Analgésico	45,9	7,6
3	3	Neosaldina AAA	Analgésico	32,5	17,9
4	4	Novalgina AVS	Analgésico	25,5	3,7
5	5	Luftal BMS	Antiácido/Antiflat	22,8	8,2
7	6	Hipoglos NF PRG	Assaduras	21,8	28,0
9	7	Aspirina BAY	Analgésico	20,2	35,8
8	8	Anador B.I	Analgésico	18,4	13,8
6	9	Redoxon ROC	Vitamina	16,6	(12,5)
10	10	Benegrip DNF	Analgésico	16,2	8,8

P&G tem destaque em valor, dermatológicos são o maior número de lançamentos OTC

Produto	Mercado	MAT Mar 2005 US\$ MM
Vick-Mel (PRG)	Expectorante	4,1
Retin-ox Correxion (J-J)	Dermatológico	1,8
Active CXL (LRP)	Dermatológico	0,8
Liposyne (VCY)	Dermatológico	0,6
Ocuvite (BHL)	Vitaminas	0,6
Photoderm Max (EUF)	Dermatológico	0,6
Baby Balm (PRG)	Dermatológico	0,5
Stiproxal(STF)	Dermatológico	0,5
Rosaclean (A4H)	Prod ã Terapêutico	0,2

Evolução dos medicamentos genéricos continua forte e consistente



05 vs. 04

+ 33,9% em US\$

+ 24,1% em unid

**Mercado de genéricos
US\$ milhões**

Laboratórios nacionais se destacam como os maiores fabricantes de genéricos. Novartis tem bom desempenho

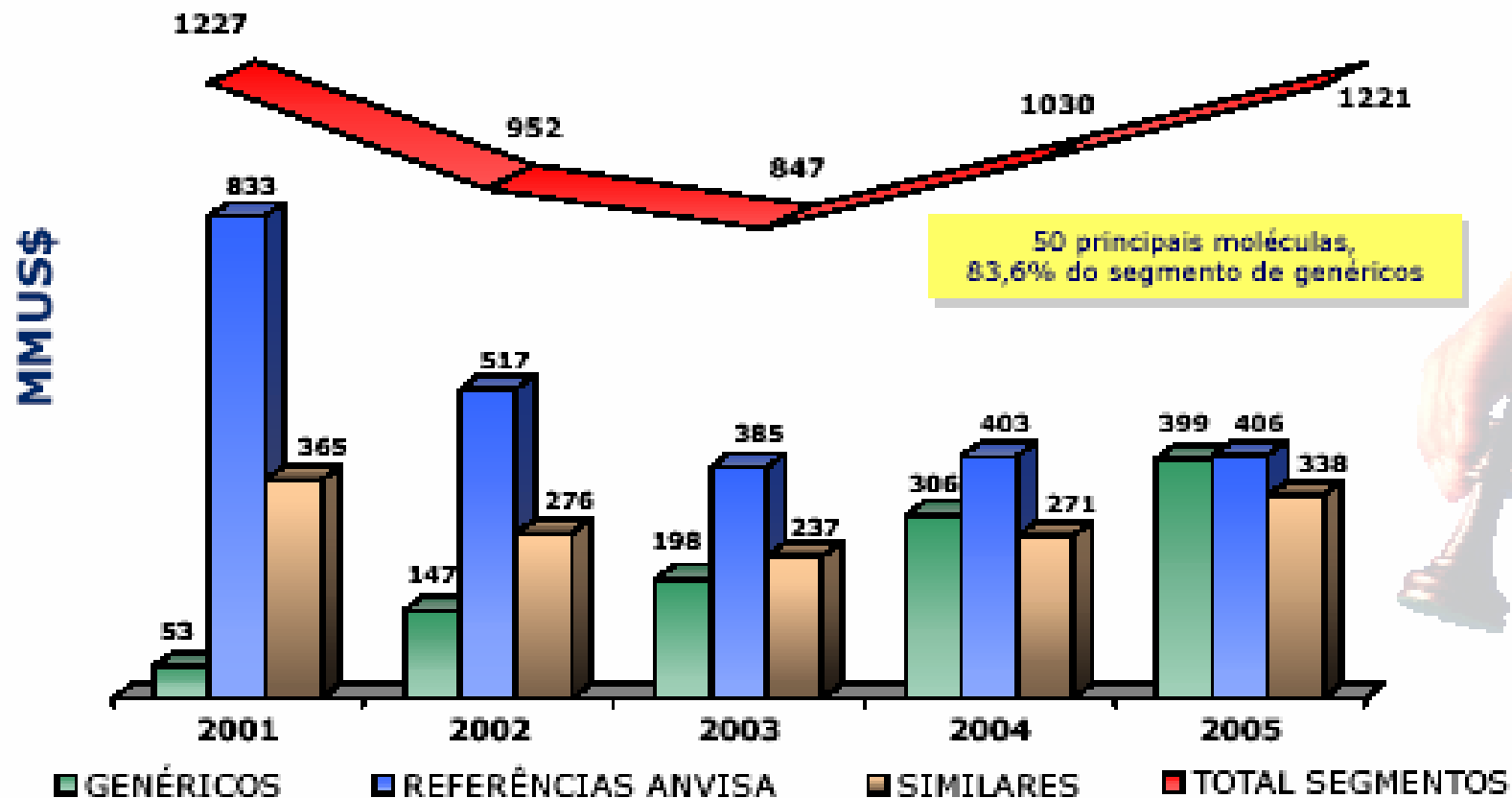
Pos.	Mix Cla % GEN	Empresa	US\$ Mil MAT Mar 2005	Cresc. MAT Mar 2005
1	64	Medley	132	40,2
2	40	EMS	105	46,5
3	51	Biosintética	59	22,0
4	31	Eurofarma	47	26,7
5	95	Ranbaxy	32	6,7
6	7	Novartis	23	39,5
7	16	Merck	16	25,0
8	100	Apotex	12	(26,0)
9	35	Hexal	11	62,1
10	31	Teuto	7	114

Concentração em moléculas diminui, mas segmento ainda depende de poucas classes

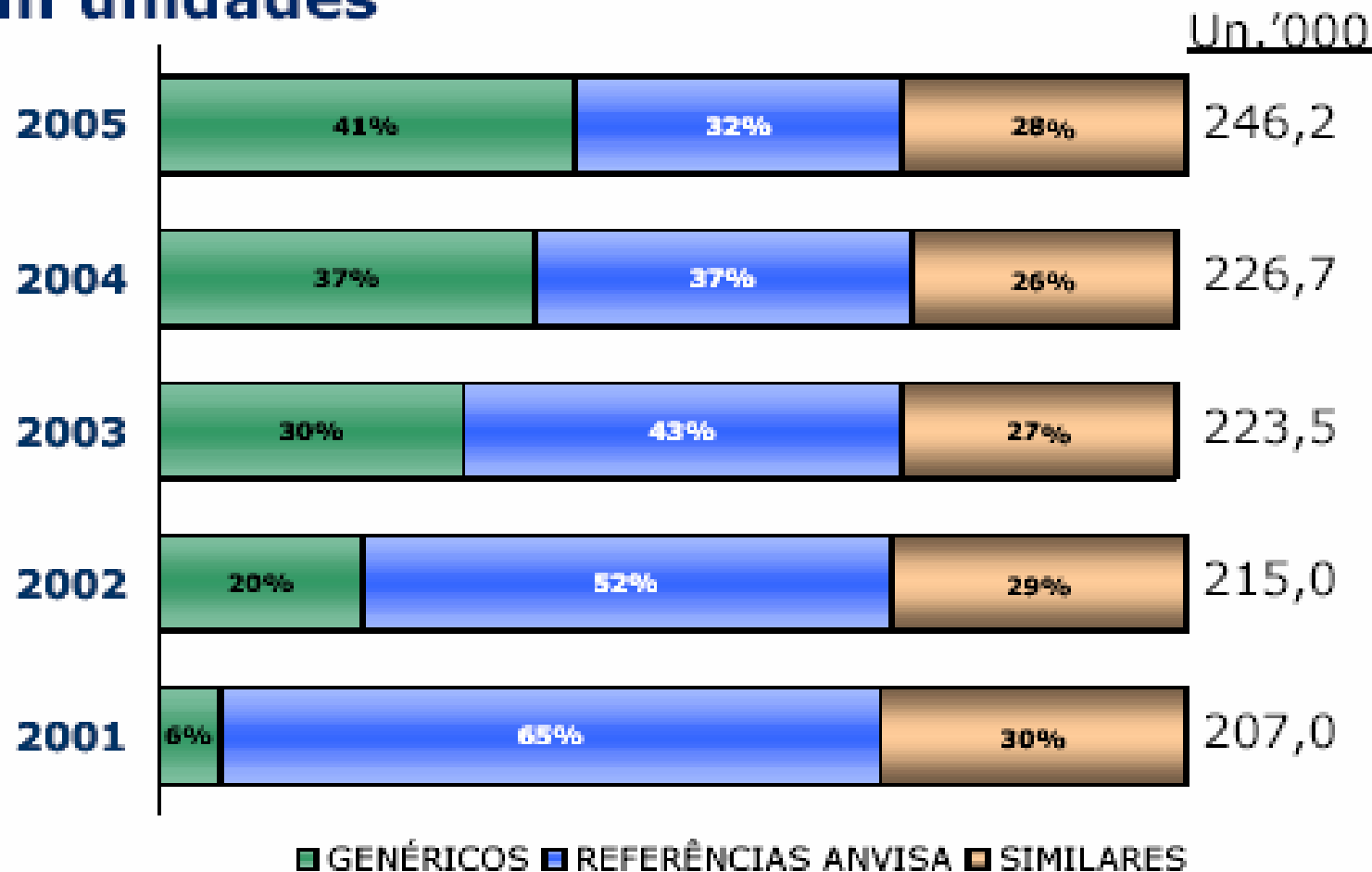
		2001	2005	Importância
MMUS\$ Genéricos	CT	55,7	477,3	
amoxicilina	J01C	12,1%	6,3%	6,3%
diclofenaco	M01A	3,3%	4,9%	11,3%
cefalexina	J01D	9,0%	4,0%	15,2%
sinvastatina	C10A	0,6%	3,8%	19,1%
omeprazol	A02B	3,9%	3,7%	22,8%
atenolol	C07A	3,5%	3,3%	26,0%
captopril	C09A	14,5%	3,0%	29,1%
maleato de enalapril	C09A	11,4%	2,9%	32,0%
paracetamol	N02B	0,4%	2,2%	34,2%
nimesulida	M02A	0,1%	2,2%	36,4%
Outros		41,0%	63,6%	100,0%

As mesmas 10 principais moléculas 36,4% do segmento em unidades

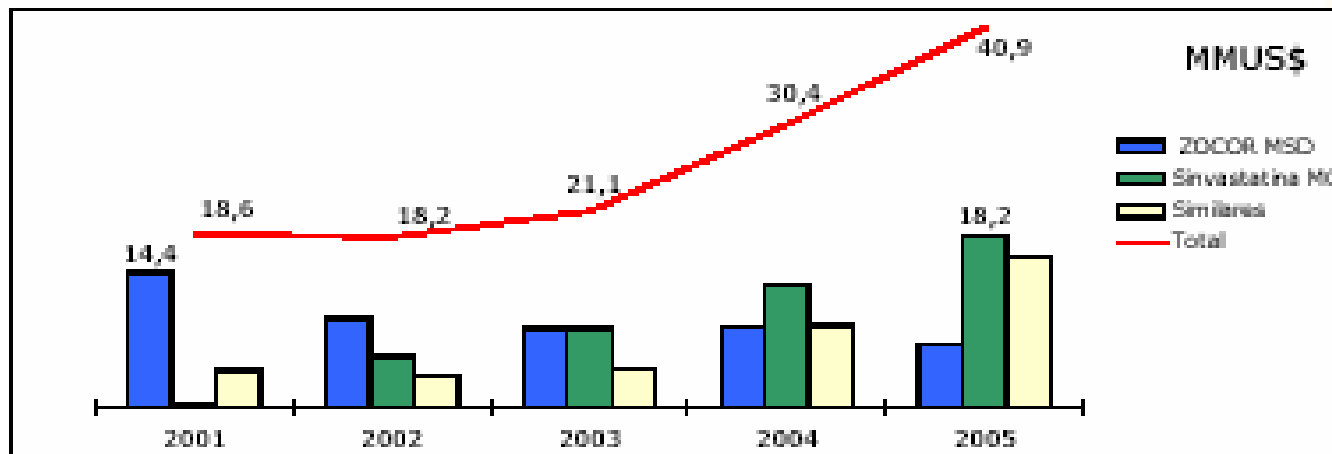
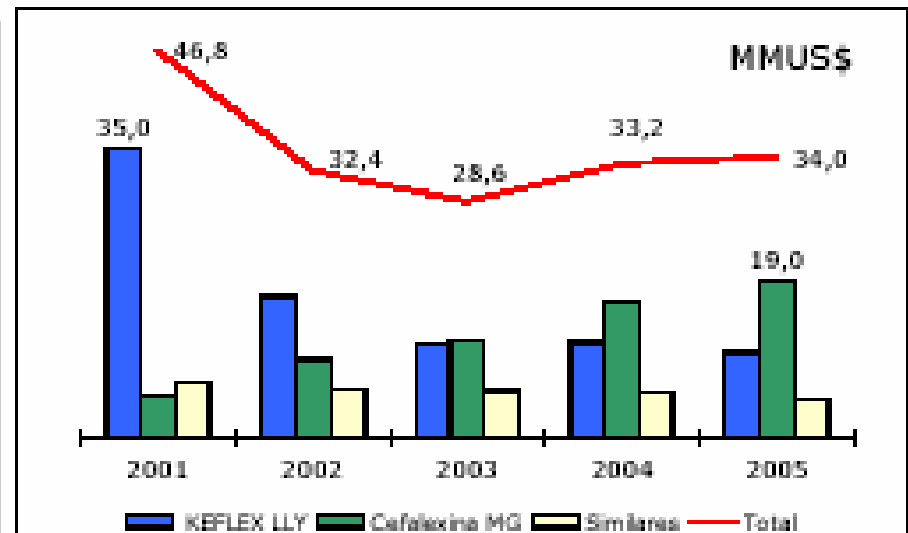
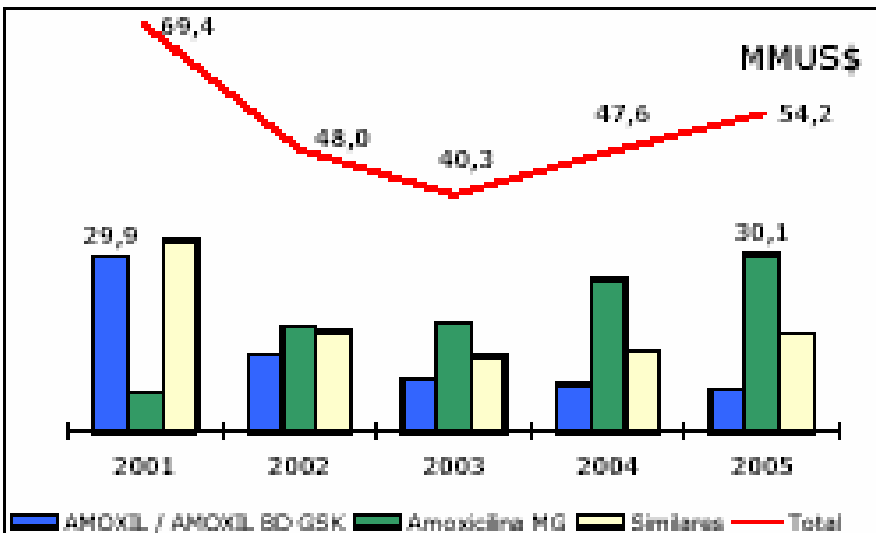
Genéricos já rivalizam em valor de mercado com os medicamentos de referência e seus similares...



...e superam pela primeira vez os inovadores em unidades



Mercados maduros com genéricos recuperam valor



Tendências para o Mercado Brasileiro Visão IMS (2005-2009)



Esforços governamentais serão intensos mas pontuais, não há previsão de reforma estrutural no sistema de Saúde

- Pacientes continuarão a pagar pela maior parte ou ainda valor total do medicamento. Programas de acesso continuarão restritos
- Custos de saúde serão contidos através de controle de preços, incentivo aos genéricos e laboratórios públicos
- Governo poderá incentivar a prescrição genérica também fora do setor público
- Esforços para controlar melhor a dispensação na farmácia e evitar a auto-medicação não serão eficazes para modificar o perfil de compra na farmácia.



Preço continuará a ser grande barreira para crescimento e manutenção das margens do negócio

- Política de preços deve aprofundar a restrição de aumentos em segmentos com exclusividade
- Preços de entrada também serão cada vez mais rígidos, principalmente em moléculas com exclusividade
- Genéricos e similares entrando em classes de nicho devem pressionar marcas inovadoras a competir em preço
- Patentes e exclusividades podem estar sujeitas a questionamentos cada vez mais frequentes



Ambiente regulatório com tendência a maiores controles

- Genéricos continuarão com prioridade de registro na ANVISA
- Discussão de preços para registros tendem a atrasar cada vez mais os processos de introdução de novos medicamentos
- Regras para testes de bioequivalência tendem a tirar pequenos produtores do mercado ou jogá-los na informalidade
- Programas de farmacovigilância serão aprofundados
- Licença compulsória não está no horizonte, a exceção talvez dos ARV's



Resumo: estabilidade econômica e crescimento real do PIB a taxas entre 3 e 4% aa. continuarão impulsionando o mercado farmacêutico

- Crescimento continuará focado em genéricos e similares. Indústria nacional no entanto terá de investir em testes de bioequivalência
- Preços de inovações serão abaixo dos principais mercados, mas mercado pode gerar bons volumes
- Espera-se que os genéricos cheguem a 20% de market share antes de 2009
- Iniciativas de targeting são cada vez mais consideradas. Forças especiais para trade estarão nas estratégias das maiores corporações



Crescimento desacelera no início de 2005, mas projeção é positiva para os próximos anos

	2004*	2005*	CAGR 05-09
Un. (000.000)	1322	1355	3,2
% Var.	8,5	2,5	
MMR\$	17.113	18.807	8,3
% Var. Price&Mix	6,7	7,2	
% Var. total	15,8	9,9	
MMUS\$	5.854	6.919	8,1
% Val. US\$ vs R\$	(4,0)	(7,0)	
% Var.	20,6	18,2	

*Mercado Brasileiro Farmacêutico de Varejo

PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA NA ÁREA DE FÁRMACOS

CENÁRIO ATUAL

✿ MULTINACIONAIS

- Gerenciamento bem definidos

✿ NACIONAIS (investem em PDI)

- Aperfeiçoando seu gerenciamento
- Formação de pessoal
- Investimento ferramenta de trabalho

✿ NACIONAIS (similar e genérico)

- Engenharia reversa
- Formalizando P&D

“PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA NA ÁREA DE FÁRMACOS”

- ✓ O cenário farmacêutico brasileiro de gestão do desenvolvimento de produtos é povoado de casos extremos.
- ✓ Por um lado, as grandes multinacionais instaladas no país empregam métodos de gerenciamento das atividades de desenvolvimento, definido pelas empresas matrizes, empregando ferramentas do planejamento, da qualidade, bem como de marketing, que as tornam líderes no lançamento rápido de produtos de sucesso.

“PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA NA ÁREA DE FÁRMACOS”

- ✓ As poucas empresas nacionais de grande porte seguem de perto as empresas líderes, procurando reproduzir seus métodos.
- ✓ No outro extremo, encontram-se empresas nacionais, de médio ou pequeno porte, as quais, com frequência, sequer apresentam um setor formalizado de P & D, o que dificulta em grande monta a elaboração dos documentos para registro, sem mencionar a perda de informações do processo de desenvolvimento, que seriam úteis no próprio dossiê e em futuros projetos.

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Alta Gerência (AG)	<ul style="list-style-type: none">* Normas e procedimentos, comunicações internas e serviços gerais;* Aprovações e reprovações;* Contratação e promoção.
Gerência de projeto (GP)	<ul style="list-style-type: none">* Conhecimento técnico científico (conhecer a área, tomar iniciativas, pensar com senso crítico, gerenciar riscos);

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Gerência de projeto (GP)	<ul style="list-style-type: none">* Qualificação em procedimentos (comunicar com clareza, atentar para detalhes, estruturar o processo para atingir metas e objetivos);* Liderança; (foco nos resultados, formar equipes, gerenciar complexidades, tomar decisões fundamentadas, buscar apoio estratégico);* Contratação e Treinamento.

**ÁREAS ENVOLVIDAS
NO PDP
FARMACÊUTICOS**

**COMPETÊNCIAS TÉCNICAS
E/OU ADMINISTRATIVAS**

**Financeiro e Compras
(Finan/compras)**

*** Análise da rentabilidade de produtos, projetos financeiros e orçamentos de marketing para os produtos;
com o apoio de um setor de contabilidade, terceirizado ou não, realizar contabilidade, crédito e cobrança, custos (contas a receber, fluxo de caixa dos produtos, posições de estoque, análises de custos e margens, previsão de riscos e formação de custos/preço).**

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Marketing e Vendas (Mark/vendas)	<ul style="list-style-type: none">* Pesquisa de marketing (preparação de pesquisas, coordenação de pesquisas e análise de informação de mercado);* Propaganda e promoção de vendas (planejamento de campanhas de propaganda e promoção de vendas, coordenação das ações das comunicações e estabelecimentos do orçamento de propaganda e promoção);

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Marketing e Vendas (Mark/vendas)	<ul style="list-style-type: none">* Distribuição física (prazos de entrega, posições de estoque e pedidos entregues);* Previsão de vendas, análise do desempenho de vendas e estratégias de vendas;* Poder exercer a gerência do time de projeto.

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)	<ul style="list-style-type: none">* Projeto do produto;* Modificação e/ou eliminação de produto <p>(conhecimentos de estatística, farmacocinética e farmacodinâmica tecnologia farmacêutica, química e físico-química);</p>

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)	<ul style="list-style-type: none">* Gestão do conhecimento sobre o PDP (sugere-se que o P&D coordene o grupo de assuntos regulatórios);* Pode exercer a gerência do time de projeto.

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Produção (Prod)	* Engenharia de produção (projeto fábrica, layout, PCP, fabricação, logística interna e externa).
Garantia da Qualidade	* Supervisionar e apoiar o setor de controle de qualidade do produto e processo (desenvolvimento de fornecedores, validação de métodos analíticos e validação do processo produtivo);

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Garantia da Qualidade	* Gestão do sistema de garantia da qualidade (cumprimento das Boas Práticas de fabricação de Medicamentos, Controle da Qualidade Total, inspeções e auditorias internas e externas).

ÁREAS DA EMPRESA ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

ÁREAS ENVOLVIDAS NO PDP FARMACÊUTICOS	COMPETÊNCIAS TÉCNICAS E/OU ADMINISTRATIVAS
Documentação e registro de produtos (Registro)	* Organização da documentação para dossiê de registro de produtos, apoio legal com respeito a legislações (BPF) e outras.

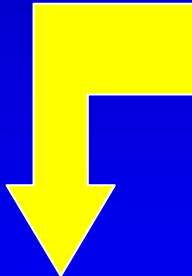
FASES DOS MODELOS DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

PDP FARMACÊUTICO

PDP	ETAPAS	FASES	Atividades
D. fármaco	Etapa química	Síntese química e Farmacologia pré-clínica	Pesquisa bibliográfica
			Planejamento químico
			Métodos de síntese
			Molec protótipo e síntese análogos
			Estudos toxicológicos e farmacodinâmicos

FASES DOS MODELOS DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

PDP FARMACÊUTICO

PDP	ETAPAS	FASES	Atividades
D. Fármaco	Etapa química	Síntese química e Farmacologia pré-clínica 	Estudos farmacocinéticos
			Pré formulação: Identificação do Fármaco estudos físicos químicos
			Scale up do fármaco
			Desenvol. Produção fármaco
Transição	Pré formulação	Estudos físico-químicos Testes preliminares mat. primas	

FASES DOS MODELOS DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

PDP FARMACÊUTICO

PDP	ETAPAS	FASES	Atividades
D. F. Farm	Etapa tecnológica	Formulação (escala bancada e farmacologia clínica)	Farmacologia clínica fase I
			Definição dos adjuvantes, desenv. da forma farmacêutica
			Farmacologia clínica fase IIA e IIB
			Stepping up da forma farmacêutica

FASES DOS MODELOS DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

PDP FARMACÊUTICO			
PDP	ETAPAS	FASES	Atividades
D. Produção	Etapa tecnológica	Transição escala	Scale up do processo de produção da forma farmacêutica
		Escala de produção industrial	Desenvolvimento da produção
			Desenvolvimento de controle produto e processo

FASES DOS MODELOS DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

PDP FARMACÊUTICO

PDP	ETAPAS	FASES	Atividades
D. Produção	Etapa tecnológica	Escala de produção industrial	Validação processo
			Farmacologia Clínica Fase III
LP		Comercialização (produção larga escala)	Autorização ministerial Farmacologia Clínica Fase IV

PORQUE INOVAR?

- ✿ **SUSTENTAÇÃO E CRESCIMENTO
DA EMPRESA NO MERCADO**

“PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA NA ÁREA DE FÁRMACOS”

OBRIGADO!

ROBERTO DEBOM

07/03/2006