

Cimed consolida crescimento no setor farmacêutico

Miguel Campana
miguel.campana@jcrs.com.br

Com raízes 100% brasileiras, a Cimed é uma das principais indústrias farmacêuticas do País, oferecendo mais de 600 produtos em seu catálogo. A empresa é líder em segmentos de produtos como antigripais, vitaminas e medicamentos isentos de prescrição médica (MIP). Além disso, marca presença em cerca de 98% das farmácias brasileiras e é uma das maiores apoiadoras do esporte nacional, patrocinando a Seleção Brasileira de Futebol e o Cruzeiro Esporte Clube. O CEO da Cimed, João Adibe, ajudou a empresa a subir no ranking de volume de vendas do segmento farmacêutico. Sob seu comando, a Cimed atingiu em 2023 o recorde de R\$ 3 bilhões de faturamento anual. Até 2030, Adibe pretende conduzir a companhia ao faturamento de R\$ 10 bilhões.

Empresas & Negócios - Quais são os principais segmentos de produtos da Cimed?

João Adibe - A Cimed tem se destacado como uma das empresas de maior crescimento no setor nos últimos dez anos, resultado do compromisso com a qualidade e a acessibilidade dos produtos. Promovemos investimentos contínuos em inovação e contamos com um portfólio com mais de 600 itens, com distribuição em 98% das farmácias brasileiras. Além disso, somos líderes em todos os segmentos em que atuamos. Hoje, somos a terceira maior farmacêutica do País em números de vendas e atuamos em três grandes grupos: Medicamentos, Higiene e Beleza, Vitaminas e Nutrição. Nosso objetivo é democratizar o acesso a medicamentos, por meio de uma ampla linha de genéricos, e promover a saúde de forma acessível com a linha de vitaminas e suplementos, a Lavitan. No mercado de

dermocosméticos e beleza, temos as marcas Carmed, Acnezil e, mais recentemente, Milimetric, com os injetáveis profissionais. Há outros produtos bastante populares entre os consumidores como repelentes ou loções pós-sol, produtos para bebês e crianças, linhas de cuidados íntimos como Dermafeme, ou de bem-estar sexual como o KMed. Nosso portfólio hoje é muito extenso e não pretendemos parar por aqui.

E&N - Em que categorias da auditoria Close-UP a Cimed se destacou?

Adibe - A Cimed apresentou um sell-out (processo de comercialização direta ao cliente final) de R\$ 603 milhões em 2024 e aumento de 14,4% em relação a junho de 2023. No Close-UP, tivemos destaque com Carmed (hidratante labial), que registrou um crescimento de 585% ao longo dos 12 meses anteriores. Outras marcas que ganharam espaço foram Xô Inseto, Lavitan e Bebê Limpinho. Acredito que esse resultado é a soma de esforços e investimentos em tecnologia e inovação. Investimos mais de R\$ 90 milhões por ano para desenvolver os nossos produtos. Buscamos fórmulas mais eficazes e seguras para trazer saúde aos nossos consumidores e produtos que atendam as suas necessidades.

E&N - Por que os resultados da marca Carmed cresceram tanto no MAT (Moving Annual Total) e no YTD (Year-to-date)?

Adibe - Acreditamos muito que as parcerias com empresas do mercado e o marketing de influência ajudaram a impulsionar os resultados de Carmed. Inclusive, foram estratégias que usamos com Carmed Fini. Fizemos kits personalizados, como foi o caso da Malu Borges, que é uma influenciadora enorme. Ela fez o vídeo recebendo e as pessoas aderiram à ideia. As atrizes Larissa Manoela e Maisa também protagonizaram campa-



De acordo com o executivo, principal objetivo é alcançar o faturamento de R\$ 5 bilhões no ano de 2025

inha com Carmed. Em apenas uma live para promover o hidratante labial, vendemos o equivalente a R\$40 milhões em 20 minutos.

E&N - O que explica o crescimento expressivo da região Sul (e especificamente o RS) como comprador da Cimed?

Adibe - A explicação é o perfil de consumo do gaúcho, que cuida de si e opta por produtos de qualidade. O gaúcho tem uma consciência muito grande sobre a sua saúde e a importância de mantê-la em dia, razão pela qual acreditamos que nosso crescimento no Rio Grande do Sul foi muito puxado por esse perfil de consumidor atento e preocupado com a sua saúde. O Rio Grande do Sul registrou para a Cimed crescimento de 27% no MAT (Moving Annual Total), que na contabilidade avalia o desempenho de vendas nos últimos 12 meses (esse dado é de junho de 2024). E registramos aumento de 38% no YTD (Year-to-Date), que, na contabilidade e finanças, é utilizado para acompanhar o desempenho financeiro de uma empresa ao longo do ano e compará-lo com períodos anteriores. Na sequência, Paraná com 15,8% no MAT e 14,8% no YTD, e Santa Catarina com 10,1% no MAT e 10,1% no YTD.

E&N - Como se dá a distribuição dos produtos?

Adibe - Na Cimed, entendemos que uma distribuição eficiente é fundamental para garantir que nossos produtos cheguem com agilidade e qualidade às farmácias de todo o Brasil. Temos uma operação logística robusta, com 26 centros de distribuição estrategicamente localizados em várias regiões do País. Isso nos permite cobrir o

Brasil de ponta a ponta, atendendo desde pequenas farmácias locais até grandes redes. É por isso que conseguimos entregar medicamentos para cerca de 98% das farmácias brasileiras. O processo começa na nossa fábrica, em Pouso Alegre (MG), onde produzimos uma ampla gama de produtos, incluindo medicamentos genéricos, consumo, higiene e beleza. De lá, os produtos seguem para nossos centros de distribuição e, a partir desses hubs, são enviados diretamente para nossos parceiros de venda. A integração com nossos parceiros logísticos e o uso de tecnologia avançada garante que cada etapa seja monitorada em tempo real, o que maximiza a eficiência e minimiza erros. Nosso objetivo é sempre manter os estoques abastecidos para garantir que o consumidor final tenha acesso aos produtos Cimed em qualquer lugar do Brasil.

E&N - A empresa adota princípios de responsabilidade social e de sustentabilidade?

Adibe - A Cimed entende a importância e a responsabilidade que temos com a nossa comunidade, e estamos cada vez mais comprometidos em nos engajar com pautas que envolvem o bem-estar socioambiental. Em nossa estrutura, cerca de 50% dos colaboradores são mulheres, e estamos trabalhando ativamente para aumentar essa representatividade, promovendo um ambiente cada vez mais inclusivo e equitativo. No aspecto social, um exemplo é o apoio ao Projeto Conservatório Tom Music, que oferece aulas semanais de instrumentos musicais e canto para cerca de 200 crianças em Pouso Alegre, de modo a proporcionar a essas crianças a oportunidade

de vivenciar o universo musical e desenvolver seus talentos, promovendo inclusão e cultura. Também contamos com a Creche Claudia Marques Primeiros Passos, que está localizada dentro da nossa fábrica em Pouso Alegre. Ela foi fundada em 2007, ampliada em 2012, e hoje atende mais de 120 crianças, de três meses a três anos de idade, para oferecer cuidado e segurança para que as mães possam trabalhar com tranquilidade. Quando falamos de iniciativas ambientais, destaco a destinação de resíduos com tecnologias avançadas de reciclagem, compostagem e coprocessamento. Isso garante que 98% dos resíduos de nossa empresa sejam transformados em energia limpa para reduzir a emissão de gases de efeito estufa. Além disso, tratamos, em média, 191 m³ de efluentes diariamente, com uma eficiência de 98%, e 100% da energia elétrica utilizada em nossas fábricas provém de fontes renováveis. A Cimed também investe na redução de poluentes em equipamentos a diesel e é certificada pela ISO 14001 desde 2013, reafirmando nosso compromisso com a melhoria contínua de processos e minimização dos impactos ambientais.

E&N - Quais são os próximos passos e objetivos da Cimed?

Adibe - A empresa continuará com uma estratégia agressiva de lançamentos de produtos, e assim, continuará com sua forte presença no mercado, parcerias estratégicas e campanhas eficazes. Esse é só o começo para o principal objetivo, que é alcançar o faturamento de R\$ 5 bilhões em 2025 e R\$ 10 bilhões até 2030, se consolidando como uma das maiores empresas de saúde e bem-estar do País.