
FOLHA DE S.PAULO

13.ago.2019 às 12h30

Laboratórios usam portais para captar consumidor



Valéria França

Há cada vez mais sites direcionados a informar médicos e pacientes sobre as possibilidades de terapia da Cannabis medicinal. Todos são

patrocinados por laboratórios, que encontraram na ferramenta um meio de formar o mercado no Brasil. Hoje estreou o VerdeMed Care. Há pelo menos quatro concorrentes na web.

O portal também tem o objetivo de aproximar doentes dos médicos especializados. “A parcela dos médicos que prescreve canabinoides ainda é muito pequena. Os doentes não sabem a quem recorrer”, diz Jairo Koda, diretor da VerdeMed Care. “A plataforma esclarece quais são as possibilidades frente a cada tipo de tratamento. Vamos ensinar, por exemplo, o quanto é importante comprar o medicamento com a concentração indicada.”



verdemedcare.com

(Foto:reprodução da web)

A empresa investiu R\$ 1 milhão até agora e receberá um aporte de R\$ 3 milhões até 2020. O modelo será replicado para outros países. “Até dezembro a plataforma estará disponível em espanhol para Colômbia e depois aterrissaremos no Chile e no México”, diz Cristina Genaro, diretora de marketing.



O segredo das plataformas está na adesão do público. Quanto mais médicos e pacientes se cadastrarem, maior a rede formada, a troca de experiências e o apoio dos gestores do site. “Esperamos contar com a adesão das associações”, diz Koda. “Se tivermos volume, conseguiremos importar o medicamento com preços mais atrativos.”

O Mevatyl é o único remédio à base de Cannabis aprovado pela Anvisa e disponível do país. Indicado para esclerose múltipla, ele custa em média R\$ 2.500. Óleos manipulados por neurologistas, com efeito similar, saem quatro vezes mais baratos.

A experiência dos concorrentes mostra que de fato há uma carência grande de informação e serviço. Lançado no dia 14 de junho, o site CanTera abriu para os médicos se cadastrarem há um mês. “Já temos 220 médicos inscritos e 25 prescrevendo”, conta Marcelo Galvão, CEO da OnixCann/CanTera.

Os laboratórios aproveitam da interação para levantar informações do mercado. Por exemplo, ao se registrar no CanTera, os pacientes preenchem o prontuário médico, que vai para um banco de dados para depois ser usado em estudos clínicos”, diz Galvão.

Os médicos registrados têm acesso ao histórico de doenças do paciente e ao um banco de estudos científicos. O cruzamento dos dados, segundo Galvão, auxilia na interpretação da melhor terapia em cada caso. A plataforma disponibiliza quais os melhores produtos para cada terapia e as concentrações indicadas. “É um guia. Mesmo que o médico não tenha experiência em Cannabis, as informações dão os caminhos e possibilidades da prescrição”, explica Galvão.

Em dois meses, o CanTera ganha novo serviço. Vai treinar jornalistas e advogados a escreverem sobre Cannabis medicinal. A ideia do CEO é formar pessoas capacitadas a replicar as informações corretamente.

Dr. Cannabis destaca-se pela quantidade de notícias atualizadas e abertas a qualquer leitor em um blog. Na maioria dos sites para entrar é preciso ser médico ou paciente.

Outro concorrente, a Indeov tem um perfil voltado à assistência social e à saúde. A mensagem fica clara na home, ilustrada por um bebê sorridente. As mães estão na mira da Indeov.

“Temos uma equipe multidisciplinar de 20 pessoas para atender os pacientes, tirar dúvidas e acolhe-los”, diz Camila Teixeira, CEO da empresa. “Esses profissionais acompanham individualmente os processos de cada paciente. Muitas vezes dão auxílio pelo telefone. Há uma preocupação em acompanhar o antes e o depois do tratamento. Ninguém fica desamparado”

Teixeira representa duas das maiores empresas globais de Cannabis, a Charlotte’s Web e a Elixinol. A Indeov também dá consultoria.

“Fomentamos seminários e congressos para atualizar a classe médica sobre os avanços da Cannabis medicinal. Temos uma missão global de quebrar o preconceito.”