revista
Up Pharma
Grupemef

Nº 149 – Ano 37 - Set/Out – 2014

18 DE OUTUBRO

DIA DO MÉDICO



Mal de Alzheimer: **especialista do Hospital 9 de Julho aborda o tema**

Evolução na ortopedia: **Cirurgias minimamente invasivas**

Veja também **entrevista com Dr. Florentino Cardoso, da AMB**

EM FOCO

Daiichi Sankyo apresenta crescimento contínuo no Brasil

ENTREVISTA

Os esforços da Allergan para manter a liderança em prescrição

DPM EDITORA



Imagem meramente ilustrativa

revista UPpharma

versão digital corporativa

A versão digital da Revista UPpharma é perfeita para sua Força de Vendas, que está conectada a tudo o que acontece no segmento e quer informação de qualidade com velocidade.

- **Envio Personalizado**
  Inserção do logo do laboratório assinante no e-mail para sua Força de Vendas.
- **Valorização do seus profissionais**
  Sua Força de Vendas merece ficar bem informada, com o prestígio exclusivo da empresa em que trabalha.
- **Informação com velocidade**
  Sua Força de Vendas recebe o exemplar no primeiro dia da circulação.
- **Interatividade**
  É possível interagir com as matérias e seus autores, com links exclusivos.
- **Praticidade**
  Leitura direta das matérias pelos links desenvolvidos no índice.
- **Sustentabilidade**
  E tudo isso sem o uso de papel e impressão, respeitando o nosso público e a natureza.

Faça agora mesmo a assinatura para sua Força de Vendas!

Tel.: (11) 5533.5900

E-mail: assinatura@dpm.srv.br

DPM EDITORA

www.dpm.srv.br

Revista UPpharma
DPM Editora LTDA.
Rua Demóstenes, 967 – Campo Belo
CEP 04614-014 – São Paulo (SP) – Brasil
Tel./Fax: (11) 5533-5900
E-mail: revista@dpm.srv.br

Publisher
Nelson Coelho – Mtb 50.499

Editora-Assistente
Madalena Almeida – Mtb 20.572

Comercial
Tel.: (11) 5533-5900
anuncio@dpm.srv.br

Direção de arte
Victor Hugo de Moraes

Revisão
Adair de Oliveira

Colaboradores desta Edição
André Reis, Arnaldo Pedace, Fernando Loaiza, Floriano Serra, Humberto Katori, Igor Simões, Isabel Fomm de Vasconcellos, Lauro Moretto, Lia Buratto, Marcelo Weber, Renata Schott, Rogério Damasceno Leal, Valéria Carinhato e Yuri Trafane.

Tiragem
12.000 exemplares

A Revista UPpharma – GRUPEMEF é uma publicação bimestral da DPM Editora Ltda.

Este descritivo está em conformidade com as leis de imprensa, uma vez que a DPM é responsável pela produção do conteúdo editorial da Revista. As informações contidas nos artigos de nossos colaboradores não refletem necessariamente a opinião desta Editora.

Cartas para a redação
Revista UPpharma
Rua Demóstenes, 967 – Campo Belo
CEP 04614-014 – São Paulo (SP) Brasil
E-mail: cartas@dpm.srv.br

Assinatura
E-mail: assinatura@dpm.srv.br
Tel.: (11) 5533-5900

Fale com o editor
editor@dpm.srv.br

Site
www.dpm.srv.br

Apoio
GRUPEMEF
Grupo dos Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico
Rua Roque Petrella, 97 - Vila Cordeiro
CEP 04851-050 – São Paulo (SP)
Tel.: (11) 5093-5385 – Fax: (11) 5531-8103
E-mail: grupemef@grupemef.com.br

Diretoria
Humberto Katori
Kelson Rodrigues
Eurípedes Fernandes
Claudio Ribeiro
Lucas Vieira
José Luiz Cardoso
Marcelo Weber
Renata Schott

A REVOLUÇÃO DA ELEIÇÃO E A SAÚDE



Como se um ano novo começasse após as eleições, nossas esperanças são, ou foram, depositadas nas urnas eletrônicas neste final de ano singular, onde o mix de euforia e tristeza permeou a vida de cada brasileiro. Carnaval, Copa do Mundo de Futebol e, agora, eleições para o supremo dignitário de nossa nação e suas bases no Congresso e Câmaras representativas dos Estados e do País.

A esperança depositada em cada um destes representantes, ou mesmo a desconfiança e indiferença, é de melhores dias para toda a população, mas, principalmente, no nosso universo exclusivo que chamamos de lar.

Queremos casas melhores com condições de vida compatíveis com nossos sonhos. Mas por onde começar? Primeiro pelo ego que habita em cada ser humano – Você. Depois na escolha correta e respectiva cobrança daqueles que irão nos representar no comando da nação. Devemos cobrar as atitudes destes que elegemos com a autoridade de termos concedido nosso arbitrário voto a dirigentes que nos devem prestar contas sempre.

Com a fixa ideia de que se podemos cobrar os outros, cobremos a nós mesmos os nossos atos de cidadania, começando por não jogar o papel de bala no chão até a responsabilidade de preservar todo o País.

Este pensamento de direito individual tem levado nosso trabalho editorial a prestar justas e sinceras homenagens a profissionais que não podem errar no seu trabalho, o médico. Diferentemente de exercer um cargo eletivo pelo voto da população, estes profissionais estão em cargos eleitos por suas habilidades e também pela consciência da dignidade humana.

Da mesma forma, desejamos que os eleitos para um novo mandato cumpram suas funções de maneira a preservar a saúde de cada eleitor, como se o Brasil fosse um paciente que necessita de cuidados.

Prezado doutor, aceite a nossa homenagem nesta edição especial da Revista UPpharma e os nossos parabéns pela dedicação que o fez MÉDICO.

Aproveitando o ensejo, estamos comemorando 37 saudáveis anos de publicação e dedicamos cada momento de nosso trabalho a você, leitor!

Muita saúde!

Nelson Coelho
Publisher

ESPECIAL



24 Hospital AACD

Dr. Alexandre Fogaça, do Hospital da AACD, discorre sobre a evolução na ortopedia com o avanço de técnicas, como as cirurgias minimamente invasivas.



36 Hospital 9 de Julho

Mal de Alzheimer é o tema da entrevista com o Dr. Custodio M. Ribeiro, do Hospital 9 de Julho, que fornece informações sobre prevenção e tratamento da doença.



42 AMB

Dr. Florentino Cardoso, Presidente da AMB, analisa o atual cenário profissional dos médicos no Brasil e os desafios na área da saúde.

06 Grupemef

A honestidade também faz parte dos princípios valorizados nas empresas. Veja abordagem de Humberto Katori.

08 Sindusfarma

Lauro Moretto comenta os principais pontos discutidos no Simpósio Internacional Novas Fronteiras Farmacêuticas, realizado em agosto.

10 Comunicação

O gerente de marketing do futuro precisa ser criativo e quantitativo. Veja artigo de Yuri Trafane.

12 Ponto de Vista

Lia Buratto fala sobre a importância do planejamento, pensando no futuro, mas sem se esquecer dos ensinamentos do passado.

14 Recursos Humanos

O segmento de genéricos demanda novos perfis de altos executivos para a área comercial. Valéria Carinhato comenta o tema.

16 Em Foco

Daiichi Sankyo espera crescimento 20% superior em 2014 em relação a 2013 e se prepara para novos lançamentos.

22 Varejo Farmacêutico

Abrafarma realiza levantamento inédito sobre serviços farmacêuticos. Confira.

45 Associações

Conheça um pouco da trajetória e crescimento da Credinfar, que se tornou a mais importante base de consulta de crédito para a IF.

48 Entrevista

Antonio Nasser, VP da área de Oftalmologia da Allergan, fala dos esforços para manter a empresa na liderança nas linhas de prescrição.

51 Treinamento

Para André Reis, a área de treinamento deve pensar de forma estratégica a integração dos médicos assessores da IF.

52 Saúde Feminina

Não existe milagre para quem quer emagrecer. É preciso disciplina e mudanças de hábitos. Leia os comentários de Isabel Fomm de Vasconcellos.

54 Recrutamento e Seleção

Arnaldo Pedace descreve a competição no mundo empresarial e alerta para a necessidade de lutarmos por nossos objetivos.

56 Reciclagem

Ouvir e escutar são coisas diferentes? Como usar isso na propaganda médica? Veja abordagem de Fernando Loaiza.

60 Responsabilidade Social

Em época de eleições, é importante conhecer as responsabilidades de cada cargo político. Confira artigo de Marcelo Weber e Renata Schott.

62 Propriedade Industrial

No Brasil, infringir direitos de propriedade industrial é considerado crime. Igor Simões aborda o assunto.



64 Coluna Legal

Dr. Rogério Damasceno Leal comenta a criação da Lei nº 13.021, que torna obrigatória a presença de farmacêuticos em farmácias.

66 Dose Única

O conhecimento intelectual e operacional torna as pessoas mais hábeis e competentes. Confira análise de Floriano Serra.

AMPLIE AS VENDAS E SUA COBERTURA DO MERCADO. INSIDE SALES PHARMA LINK É A SOLUÇÃO.



Inside Sales Pharma Link é a solução perfeita para atingir os resultados que você busca, porque amplia seu painel de PDVs atingidos, aumenta a frequência de contato com seus alvos e complementa a atividade da equipe de campo com profissionais de alta performance, especialmente treinados para vender suas marcas à distância. O resultado é o que você quer: mais vendas, maior cobertura, mais rentabilidade e metas atingidas.

CONHEÇA TAMBÉM AS OUTRAS SOLUÇÕES DO CONTACT CENTER PHARMA LINK

Fale com quem é Full Provider em saúde e bem-estar

+55 11 5694 4800

marketing@interplayers.com.br

www.interplayers.com.br

Pharma link Network Management

ponto extra

GRUPO InterPlayers

HONESTIDADE: UM VALOR IMUTÁVEL

O Brasil vive um dos momentos mais importantes de sua democracia: as eleições. É chegada a hora de elegermos os governantes que irão comandar o País nos próximos anos.

Um levantamento recente da Unicamp mostrou que os respondentes têm pouco envolvimento com a política e pouco se informam sobre a trajetória e a vida pública dos candidatos.

Em períodos de realização de pleitos, é importante questionarmos projetos, atuação e, principalmente, a honestidade dos políticos. Afinal, o Brasil continua sendo um dos países com maiores índices de corrupção no mundo. E para termos uma nação melhor é preciso eleger governantes honestos e comprometidos com o bem comum.

A honestidade faz parte dos valores **Do que Somos Feitos**.

Ser honesto é ser verdadeiro em seus atos, não mentir e não enganar. Ou seja, honestidade implica usarmos na prática os mesmos princípios que usamos em nossos discursos.

O Brasil precisa de políticos honestos. E a chance de mudarmos a realidade brasileira é conhecer muito bem os candidatos. Se não nos envolvermos com a questão política, não conseguiremos ter as mudanças efetivas no País e solucionar os diversos problemas que afligem nós, brasileiros, em diversas áreas, como saúde, educação, habitação etc.

Transportando isso para o mundo corporativo, honestidade também é um princípio valorizado nas empresas. Cumprir com as responsabilidades que nos foram delegadas, respeitar os colegas, falar e agir com a verdade, nos comprometer com os resultados e sucesso do grupo e fazer para os outros o que esperamos que façam para nós também são exemplos de comportamentos pautados pela honestidade.

Nem sempre, com as pressões do dia a dia, conseguimos colocar isso em prática, mas como nas eleições, em que precisamos exercitar a cidadania aprendendo a escolher candidatos de caráter, nas empresas precisamos também agir alinhados com valores que contribuam para a construção e manutenção de um ambiente saudável, harmonioso e de cooperação. Ou seja, devemos entender e praticar cada vez mais a honestidade como um valor imutável!

Boa leitura a todos! UP

Humberto Katori
Diretor-Geral



Quem melhor que o cliente **para falar sobre nós?**



Uma migração de sucesso! Um verdadeiro recorde.



"Nossas preocupações se focavam na transferência, sem impactos, para um novo fornecedor de tecnologia, evitando transtornos para o paciente e uma eventual paralisação nos serviços.

Com a SevenPDV como parceiro, conseguimos mitigar todos os riscos em uma migração deste porte, atuando pró-ativamente nas áreas mais críticas, como divulgação, aplicação correta dos descontos e políticas, sem qualquer paralisação dos serviços."

Carolina Catache – Coordenadora de CRM & Trade Marketing / AstraZeneca



Reposição financeira.

"A Bayer resolveu adotar a reposição financeira através de nota de crédito, para redução de fracionamento - picking na expedição, melhorar a gestão do processo com ganho operacional para nós e nossos clientes diretos.

O sucesso da implementação deste novo modelo de reposição, foi devido à parceria entre a Bayer e a SevenPDV, assim obtivemos maior agilidade e ganho operacional em todo o processo."

Nelma Souza – Coordenadora de Operações Comerciais / Bayer

Um Programa Institucional.



"A Abbott, com o Programa Abrace a Vida, estará mais próxima de seus clientes, médicos, farmácias e consumidores, oferecendo conhecimento e acesso aos seus produtos, visando o bem-estar do consumidor.

A SevenPDV foi selecionada por seu amplo conhecimento do negócio, apoio no gerenciamento do Programa, ampla rede de farmácias e relacionamento com distribuidores."

Vivian Low – Gerente de Programa de Relacionamento / Abbott



Evolução contínua com alta disponibilidade.

"A Pfizer acredita que o comprometimento com a saúde vai além de facilitar o acesso a medicamentos através do Programa. É oferecer informações e serviços diferenciados na prevenção e adesão aos tratamentos prescritos pelos médicos, sempre na busca da evolução contínua.

A SevenPDV tem nos apoiado muito através do Portal da Drogaria, por nos atender exatamente como precisamos, com elogios da força de vendas atuante nos PDV's."

Carolina Miranda - Gerente de Logística Promocional / Pfizer

Trade. É preciso evoluir!



"O Trade é muito mais que um modelo de captura de pedidos, é um processo amplo, que permite nos aproximar da farmácia, entender suas necessidades e atuar de forma conjunta, com propostas efetivas para nossos parceiros comerciais.

A escolha da SevenPDV se deu pela capacidade e flexibilidade em desenvolver soluções conjuntas com a indústria, pela iniciativa e boa vontade em implementar com a LEO Pharma, propostas diferenciadas para agregar valor à cadeia de suprimentos e assim atender nossos pacientes."

Marcelo Morkoski – Head Comercial/Acesso/Demanda / LEO Pharma

Acesse: www.sevenpdv.com.br Tel.: (11) 3549-6722

VOLTAR SUMÁRIO



FALANDO SÉRIO SOBRE AUTOMEDICAÇÃO

Lauro Moretto

A indústria farmacêutica instalada no Brasil continuará avançando e incorporando novos conhecimentos, processo fundamental para o lançamento de produtos cada vez mais inovadores.

A terceira edição do Simpósio Internacional Novas Fronteiras Farmacêuticas nas Ciências da Regulamentação, Tecnologia e Sistema da Qualidade reuniu, no início de agosto, em Brasília, palestrantes internacionais que atualizaram os profissionais da indústria farmacêutica, da área da saúde e técnicos do Governo sobre os últimos desenvolvimentos na pesquisa e produção de medicamentos.

A evolução dos processos industriais farmacêuticos nos últimos anos foi notável. Tal circunstância impõe desafios e oportunidades em um futuro próximo para os profissionais e dirigentes, assim como para empresas e organizações governamentais. É este contexto que explicita a razão de ser desse encontro. A ótima repercussão do evento entre os especialistas vindos da Europa, Estados Unidos, Ásia e Brasil foi gratificante.

"It is rare to come to a conference where every single paper presented was useful and timely. Congratulations to Sindusfarma on a terrific congress" ["É raro participar de uma conferência em que cada uma das apresentações foi útil e oportuna. Congratulações ao Sindusfarma pelo excelente encontro"], afirmou Michael H. Anisfeld, Vice-Presidente da Seção de Farmácia Industrial da Federação Internacional Farmacêutica (IPS-FIP).

"Foi uma excelente oportunidade para alinhar experiências e sonhos com acadêmicos, colegas de atividade, reguladores e filósofos sobre o presente e possíveis oportunidades em médio e longo prazos", disse Humberto Zardo, Consultor internacional em Tecnologia de Fabricação de Medicamentos.

Essas e outras avaliações favoráveis atestaram a importância da iniciativa, concebida em 2011, durante a visita do Presidente da Anvisa, Dirceu Barbano, à Diretoria do Sindusfarma.

Naquela oportunidade, a Diretoria do Sindusfarma reconheceu a necessidade de estabelecer um processo efetivo de colaboração com a Anvisa, orientado para o desenvolvimento conjunto dos recursos humanos do setor industrial e da Agência, no sentido de gerar um comprometimento de todos na busca de sinergias e convergências no campo das ciências, tecnologias e regulamentação farmacêutica.

A Diretoria do Sindusfarma incumbiu-me desta tarefa. E eu, como membro da IPS-FIP, fui buscar ajuda dos companheiros Tom Sam, Linda Hakes e Mike Anisfeld, assim como de Vinod Shah, na época membro da direção da FIP.

No Simpósio deste ano foi incluído o tema dos esforços internacionais voltados para a Harmonização Farma-

copeica, em complemento à estrutura básica de quatro grandes eixos temáticos: regulamentação, ciência, tecnologia e sistema de qualidade.

Os objetivos traçados para esse encontro foram plenamente atingidos, tanto no que concerne ao conteúdo das apresentações quanto em relação ao número de participantes. Com mais de 200 presenças registradas, o fórum superou as expectativas iniciais.

Obviamente, o evento não esgotou os assuntos que se pretendia expor e analisar. É de grande relevância para todos planejar para a próxima edição atividades que sejam sequenciais e aditivas aos temas apresentados este ano.

Uma dessas atividades, formulada pelo presidente Dirceu Barbano e pela Diretoria do Sindusfarma é um programa de visitas, por profissionais e cientistas da Anvisa, às instalações empresariais e industriais farmacêuticas.

A evolução dos processos industriais farmacêuticos nos últimos anos foi notável. Tal circunstância impõe desafios e oportunidades em um futuro próximo para os profissionais e dirigentes.

Durante essas visitas será possível conhecer o acervo documental e as inovações existentes e em processo de desenvolvimento. O Sindusfarma colaborou este ano com o Programa de Formação Aplicada dos Novos Servidores da Anvisa e a entidade está trabalhando para esse programa, que permitirá, em breve, aos funcionários da Anvisa visitar modernas fábricas de medicamentos.

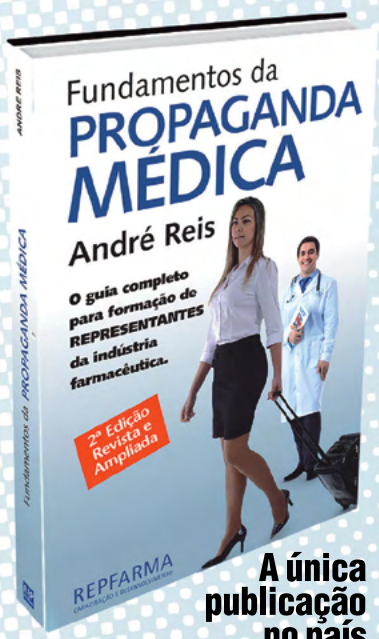
Com iniciativas deste tipo a indústria farmacêutica instalada no Brasil continuará avançando e incorporando novos conhecimentos, processo fundamental para o lançamento de produtos cada vez mais inovadores e eficazes. UP

Lauro Moretto é Vice-Presidente de Assuntos Regulatórios e Programas Sociais e Educacionais do Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sindusfarma) e Presidente da Academia Nacional de Farmácia.
E-mail: sindusfarma@sindusfarma.org.br

CURSO REPFARMA

Formação de Representantes
Presencial: 40 horas

Visitação Médica
Ensino a distância



A única publicação no país

Treinamento Corporativo Coaching para GDs e GRs INFORME-SE

Brasília 61 8164 2820 ■ Campinas 19 98929 6969 ■ Goiânia 62 8119 4543
Rio de Janeiro 21 3553 2673 ■ São Paulo 11 98158 6100 ■
LIDERANÇA EM CAPACITAÇÃO NA ÁREA COMERCIAL DA SAÚDE repfarma.com

REP FARMA

É MARKETING OU TI?

Yuri Trafane



O gerente de marketing do futuro precisará ser sensível e racional, criativo e quantitativo, amante dos números e do belo. Mais fácil falar do que fazer.

Há alguns meses, publiquei um post no meu blog (ynner.com.br/blog) sinalizando que os novos tempos têm exigido competências diferentes dos profissionais de marketing. Minhas interações com pessoas que atuam na área, estudos, pesquisas e observações me dizem que o tema está mudando muito rapidamente e que é natural que haja consequências no perfil daqueles que querem trabalhar com o assunto. Mas tenho de confessar que não imaginei que essas mudanças fossem tão longe. A reportagem de capa da edição norte-americana da *Harvard Business Review*, de agosto de 2014, fala sobre a reinvenção do marketing, e, em um dos capítulos, aponta o surgimento de um novo profissional, apresentado como a "evolução da raça". Trata-se do CMT – Chief Marketing Technologist que já atua em empresas como Kimberly-Clark e SAP. Chegam a dizer que o perfil ideal para a função é de alguém formado em sistemas e com pós-graduação em marketing ou gestão. Enfatizam que, cada vez mais, as ferramentas de comunicação com o consumidor estarão baseadas em aplicativos, sistemas e internet; o que, francamente, não é difícil de aceitar. Ninguém sabe quão rápidas e profundas serão essas alterações, mas é inequívoco que quem não tiver conhecimentos sólidos de Tecnologia de Informação terá dificuldade para atuar em marketing ou será relegado a atividades pontuais e específicas. O desafio não para por aí. Para interagir de forma produtiva com informações que nascem do e-business e do tráfego em sites, blogs e redes sociais será necessário entender de matemática e estatística bem mais do que os "marqueteiros" costumam entender. Aliás, mais do que costumam gostar. A questão se complica se nos perguntarmos sobre a capacidade de uma pessoa com esse novo perfil carregar as outras competências essenciais para um bom profissional da área: sensibilidade para entender o consumidor e seus desejos, criatividade para propor ações impactantes e envolventes, além de senso estético, por exemplo. A resposta teórica é que o novo profissional terá de abraçar as duas dimensões, e, honestamente, não tenho uma solução melhor. Inclusive, digo no meu post que vivemos a era do "e" e não a era do "ou". O gerente de marketing do futuro precisará ser sensível e racional, criativo e quantitativo, amante dos números e do belo. Mais fácil falar do que fazer. Talvez uma alternativa seja alguém que tenha pelo menos a capacidade de gerenciar pessoas com características tão diferentes e fazê-las trabalhar juntas. UP

Yuri Trafane é Professor Universitário, Consultor em Marketing e Diretor-Executivo da Ynner Marketing & Treinamentos.
E-mail: yuri@ynner.com.br

RUNNING
Impulsionando Resultados

SALESfarma

SOFISTICADO É SER SIMPLES

AUDIT **DDD**
Dashboards
AMOSTRAS **ROTEIRO**

Integração **OL**
RUPTURA MDTR
DEMANDA **Sell Out**

TRACKING SEGMENTAÇÃO
Repositório
CAMPANHAS VA´s

CONTROLE DE VISITA

- Promoção Médica eficaz e segmentada
- Merchandising / PDV com foco em estratégias
- Visitação Hospitalar em Grupo

GESTÃO DE PEDIDOS

- Portal Web / E - commerce
- Integração OL / Distribuidor
- Controle de Valorização e Reposição

PROPAGANDA DIGITAL

- Gestão Campanhas de Marketing
- Segmentação Grade Promocional
- Tracking Informação de Visita



HelpDesk Trilíngue

Hospedagem na Nuvem

Logística de Hardware

SIMPLES E RÁPIDO
- Visita com 3 Cliques
- Indicadores de Performance
- Validação CFM e CEP

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA
- 100% OFFLINE
- LOCALIZAÇÃO GPS
- SINCRONISMO AUTOMÁTICO

Agende uma visita!

RUNNING - Rio de Janeiro
Avenida das Américas, 500 - Bloco 4 - Sl. 239
Shopping Downtown - RJ - CEP: 22640-100
+55 (21) 3153-7688

RUNNING - São Paulo
Rua Alexandre Dumas, 1.601 - Cjs. 124 e 125
Chácara Santo Antônio - SP - CEP: 04717-004
+55 (11) 3751-9000

E-MAIL
marketing@running.com.br
SITE
www.running.com.br
www.salesfarma.com.br



2015 JÁ COMEÇOU PARA VOCÊ?

Lia Buratto

Planejar é olhar para o futuro, sem perder os ensinamentos do passado. Mas, e se os concorrentes usam uma estratégia nova?

Planejar é preciso. Ou deveria ser, pelo menos. A precisão do planejamento é essencial para saber investir tempo e dinheiro necessários no que realmente trará resultados efetivos para a empresa. Quanto mais perto do real for um plano de ações, maiores suas chances de dar certo. Por isso, planejar é preciso, mais do que no sentido de precisão, mas de necessidade.

Mesmo que o planejamento implique o receio de lidar com uma incerteza sobre a qual se tem pouco controle, toda grande empresa sabe que correr riscos faz parte do negócio. Riscos calculados são as melhores saídas nesses casos.

Segundo uma pesquisa realizada pelo Sebrae, 90% das estratégias que dão errado têm como motivador a falta de planejamento financeiro e de gestão. Mais do que ter um objetivo de organização das atividades (ideia) de um futuro próximo ou de estabelecimento de metas (vontade), o planejamento serve para identificar a maneira correta de posicionar-se perante a concorrência (estratégia). Por isso, planejar exige conhecimento de mercado, histórico no ramo, experiência em tempos de crise, bom relacionamento com parceiros e fornecedores, equipes competentes, além de um bom networking. A realidade é outro fator determinante para alcançar metas.

Sabe-se bem que o planejamento é mandatório para o sucesso. Cabe lembrar que, a cada dez substâncias, apenas uma chega às prateleiras das farmácias. Além disso, as líderes farmacêuticas estão sediadas nos Estados Unidos e na Europa, cujos mercados são diferenciados, o que exige ainda mais atenção aos detalhes do plano de metas elaborado no Brasil, para que tenha congruência com o internacional e objetive os mesmos resultados.

Com a entrada dos medicamentos genéricos no mercado, as estratégias de concorrência também ficaram mais acirradas. A competição, que antes se baseava na diferenciação do benefício do medicamento, hoje tem maior foco na liderança de custos. Sendo assim, o conhecimento do mercado e da estratégia do concorrente é o que torna o planejamento mais fidedigno ao resultado esperado.

O ideal é começar a planejar-se no início do 2º semestre, pois, em outubro, o plano já estará praticamente pronto, ficando para novembro e dezembro o acerto dos detalhes financeiros e de estratégias que podem mudar de última hora.

Um bom planejamento contempla as seguintes etapas:

- Identificar a estratégia esperada.
- Estudar o mercado.
- Estabelecer o perfil estratégico e alinhá-lo, internamente, com a organização.
- Quantificar os objetivos e verificar sua viabilidade.
- Envolver outras áreas da empresa, como comercial, bem como fornecedores especializados.
- Resumir o plano em um documento e revisá-lo antes do início.

Antecipar tanto o planejamento, para alguns, pode causar a sensação de maior possibilidade de erro, já que o mercado é dinâmico. No entanto, basta realizar revisões constantes para garantir que o planejamento esteja no caminho correto.

Planejar é olhar para o futuro, sem perder os ensinamentos do passado. É saber entender (e acreditar na) mudança. Por vezes, parece mais fácil usar aquilo que já foi feito, não mexer em "time que está ganhando". Mas, e se os concorrentes usam uma estratégia nova? É essencial não atribuir importância inadequada a itens menos prioritários, bem como ter um plano contingencial em casos de crises. E sua empresa: está preparada para 2015? UP

Lia Buratto é da área de Multicanal e Marketing Digital da Conectfarma, Especialista em Gestão de Pessoas pelo Mackenzie e em Semiótica pela PUC-SP.
E-mail: conectfarma@conectfarma.net



QUALI5IVE

A PERCEPÇÃO DO CLIENTE **É REALIDADE**

MEDIR A QUALIDADE DOS SERVIÇOS OFERECIDOS SEMPRE FOI ALGO PERSEGUIDO PELAS EMPRESAS.

PARA SUPRIR ESTA DEMANDA, A **RESULTA INTELIGÊNCIA** LANÇA O **QUALI5IVE**, QUE TEM COMO PRINCIPAL OBJETIVO AUXILIAR NAS DECISÕES DE ALOCAÇÃO DE RECURSOS E CORREÇÃO DE ROTAS DOS INVESTIMENTOS NA **FORÇA DE VENDAS**.

GRUPO RESULTA

www.gruporesulta.com.br

CONHEÇA ESTA NOVA FERRAMENTA.

AGENDE UMA APRESENTAÇÃO.

LIGUE: **(11) 2161-8228**

VOLTAR SUMÁRIO

SEGMENTO DE GENÉRICOS DEMANDA NOVOS PERFIS DE ALTOS EXECUTIVOS DA ÁREA COMERCIAL

Valéria Carinhato



As empresas do mercado de genéricos são as maiores responsáveis por contratações de executivos e gerentes atualmente. Essa demanda se deve à expansão dos negócios e a criações de novas unidades, bem como à profissionalização das equipes. Altas posições relacionadas à área comercial são os destaques.

Com o aumento da competitividade no setor e o crescimento menos agressivo do mercado, o segmento pede inovação e orientação mais estratégica. Passam a se destacar na busca por um alto executivo da área de vendas aqueles profissionais mais produtivos, dotados de habilidades multifuncionais e multifatoriais, além de possuírem entendimento macro do negócio e de outras atividades, como finanças, logística e recursos humanos.

O mercado de genéricos não tem mais tanto espaço para a venda. Busca maior competição, gerenciamento de margens, portfólio de produtos e transformação das equipes comerciais, sempre com foco no aumento de produtividade e efetividade. De acordo com informações dos principais executivos deste segmento, temos visto o desenvolvimento de novas posições que se tornarão relevantes no futuro próximo.

No segmento de genéricos, passam a se destacar na busca por um alto executivo da área de vendas aqueles profissionais mais produtivos, dotados de habilidades multifuncionais e multifatoriais.

O Gerente de Inteligência e Efetividade Comercial é uma delas. Nessa posição, o profissional deverá colaborar na gestão comercial, trazendo mais ciência e profissionalismo para as decisões comerciais e buscando minimizar o impacto do desconto x prazo da equação comercial. É o responsável por aumentar a efetividade da equipe comercial, melhorar os níveis de informação e medidores de desempenho da equipe, assegurando, desse modo, maior produtividade e desempenho das equipes comerciais.

O Diretor/Gerente de Trade Marketing ainda é pouco desenvolvido no segmento de genéricos. Contudo, essa posição deverá crescer. O aumento da competitividade gera a necessidade de profissionais mais preparados para entender o canal comercial e desenvolver estratégias de como oferecer/criar uma parceira mais duradoura entre empresa e ponto de venda. Neste sentido, o papel do trade marketing neste segmento será de encontrar novas oportunidades de mercado, a fim de dar continuidade na geração de valor para seus clientes. UP

Valéria Carinhato é Diretora para o segmento de Life Scienses da Fesa, Consultoria de busca e seleção de altos executivos.
E-mail: fesa@fesa.com.br

Tecnologia líder absoluta em eventos via internet:

treinamentos, palestras, workshops, simpósios, convenções e cursos.

WebMeeting®
Encurtando Distâncias



Conheça a mais completa linha de soluções profissionais para encurtar distâncias entre a empresa e sua força de vendas, médicos, farmacêuticos e pacientes, onde quer que estejam, sejam quantos forem.

WebMeeting® STUDIO Encurtando Distâncias

Eventos ao vivo, transmitidos direto dos estúdios em São Paulo.

WebMeeting® CORP Encurtando Distâncias

A mesma tecnologia e confiabilidade dos estúdios, sem sair da sua empresa.

WebMeeting® VISIT Encurtando Distâncias

Visitas on-line ao vivo, para equipes de vendas.

Seu evento presencial transmitido também via internet.

WebMeeting® EVENTS Encurtando Distâncias

Convenções de Vendas on-line, para grandes times de vendas.

WEB CONVENTION CENTER

Reuniões on-line ao vivo, para pequenos grupos.

WebMeeting® FOCUS Encurtando Distâncias

As maiores farmacêuticas do Brasil usam WebMeeting®
Saiba quais, em www.webmeeting.com.br/clientes

WebMeeting® é marca registrada e exclusiva da Atitude.

www.atitude.com.br
(11) 5643-6464

atitude

DAIICHI SANKYO

INVESTIMENTOS CONSISTENTES CONSOLIDAM OPERAÇÃO NO BRASIL



No total, a companhia emprega 360 colaboradores, incluindo a Força de Vendas, composta por 170 profissionais, entre representantes, gerentes distritais e regionais.

Empresa japonesa, fruto da fusão entre duas corporações com uma atuação de mais de um século no mercado farmacêutico, a Daiichi Sankyo é um laboratório que está há 50 anos no País e vem construindo uma história de sucesso.

No Japão, a companhia está entre as três maiores farmacêuticas e entre as 20 do mundo. O início das atividades no Brasil se deu quando a empresa alemã Luitpold se estabeleceu no mercado local. Posteriormente, em 1990, a companhia Sankyo adquiriu a empresa Luitpold e, em 1997, a Luitpold se transforma em Sankyo Pharma Brasil, dando continuidade à comercialização de seus produtos.

Já naquela época, alguns produtos se destacavam no mercado, como Hirudoid na forma de creme e gel, que até hoje é líder em seu segmento. Em 2005, a Sankyo e Daiichi anunciam um acordo de fusão, criando-se a Daiichi Sankyo Co. no Japão. No ano seguinte, nascia a Daiichi Sankyo Brasil.

Com um faturamento superior a R$ 200 milhões (Jan-Dez) em 2013, a companhia vem conquistando espaço no competitivo mercado brasileiro. Ao longo dos anos, a multinacional japonesa destacou-se no País pelas suas inovações focadas na linha cardiovascular, entre elas: Pravastatina (redutor de colesterol, indicado para o tratamento da dislipidemia); Loxoprofeno (anti-inflamatório não esteroide) e Olmesartana (anti-hipertensivo).

No Brasil, o lançamento de novos produtos é uma das estratégias da Farmacêutica para ampliar sua participação no mercado. No ano passado, a Daiichi Sankyo anunciou seis novos medicamentos, com destaque para a Gastroenterologia, com o Ezobloc (esomeprazol); área do Sistema Nervoso Central (SNC), com o Scitalax (escitalopram), Selzic (oxcarbazepina) e o Bipogine (lamotrigina).

Uma parceria com a Ferring Pharmaceuticals, que possibilitou a copromoção do Pentasa sachet, e do lançamento, com exclusividade, do Euflexxa (hialuronato de sódio 1%) na área da Ortopedia, também foram importantes para aumentar o portfólio do laboratório.

Outro marco na trajetória da empresa no País aconteceu em agosto de 2013, durante o Congresso da European Society of Cardiology, realizado em Amsterdã, na Holanda, quando a Farmacêutica apresentou os primeiros resultados clínicos de um anticoagulante que inibe o fator Xa, importante fator no sistema de coagulação.

Foram realizados dois estudos de Fase III com abrangência mundial e que envolveram cerca de 30.000 pa-



SUA PROPAGANDA DIGITAL AOS MÉDICOS, PRECISA DE UM **RESIDUAL EFETIVO.**

Anuncie nas Revistas do Grupo Editorial Moreira Jr.

Há mais de meio século
ajudando a decidir receituários.

Distribuição SELETIVA aos **médicos geradores do maior índice de receituário** na especialidade.





Todas as edições estão também disponíveis em formato eletrônico em nosso site, para acesso instantâneo.

REVISTAS INDEXADAS*

*Periodicidade garantida; Comprovação de distribuição; Altíssimo nível científico; Maior confiabilidade.



EDIÇÕES DE NICHO
com assuntos focados nas necessidades de seu produto.

Relatos de terapêuticas na prática diária, de Professores Doutores e Médicos renomados, com testemunhais de experiências próprias e conteúdo de alto valor científico.

INFORME-SE SOBRE AS PRÓXIMAS EDIÇÕES

Tel.: (11) 3884-9911

e-mail: comercial@moreirajr.com.br
site: www.moreirajr.com.br

GRUPO EDITORIAL MOREIRA JÚNIOR

O "upgrade" no "share of mind" de suas marcas.

Racionalizando custos, Maximizando resultados!

Mesmo com os produtos já estabelecidos, a empresa tem conseguido uma taxa de crescimento nos últimos anos superior ao mercado. Em 2014, a expectativa é crescer 20% em relação a 2013.

cientes. “Temos orgulho de dizer que a Daiichi Sankyo foi a primeira indústria farmacêutica a ter reconhecido, há quase 30 anos, o potencial do inibidor do fator Xa e a primeira a testá-lo em seres humanos. O dossiê de registro foi submetido para aprovação no Japão (PMDA), nos EUA (FDA) e na Europa (EMEA) ”, destaca Marcelo Gonçalves, Diretor de Marketing e Vendas da Daiichi Sankyo Brasil.

Foco em cardiologia

Mantendo-se na 55ª posição no ranking de Laboratórios Farmacêuticos brasileiros, segundo dados do IMS (Maio de 2014), no último ano, a Daichii Sankyo teve bons resultados em vários produtos. Mas o melhor desempenho veio com a linha cardiológica, impulsionada, principalmente, pela excelente perfomance da família Benicar e o crescimento de Effient.

Na verdade, para a Daiichi Sankyo Brasil, a área cardiológica é o principal foco de atuação. “A cardiologia no Brasil é uma das especialidades que mais se desenvolve. É responsável por grandes avanços científicos, sendo reconhecida mundialmente como uma referência na atualidade. O início da comercialização do Benicar (2004), Benicar HCT (2005) e Benicar-Anlo (2008) foi o primeiro passo para esta realidade. Além disso, em 2010, lançamos o Effient (prasugrel), um antiagregante plaquetário. A família Benicar é uma das marcas mais prescritas no mercado de anti-hipertensivos; e Effient ocupa uma posição de destaque no segmento em que atua. Em 2014, a franquia Benicar (olmesartana) alcançou seu melhor patamar em vendas, com um crescimento de 32,6% comparado ao ano de 2013”, destaca o diretor.

Os portfólios voltados à ortopedia, gastroenterologia e sistema nervoso central também apresentaram tendência positiva, após o lançamento de novos produtos, como o Ezobloc na gastroenterologia; Euflexxa na ortopedia; e Scitalax, Bipogine e Selzic em sistema nervoso central.

Atualmente, a empresa ainda possui estudos clínicos em andamento na área cardiometabólica, com produtos para diabetes, infarto e dislepidemia; e na área de oncologia, com estudos para câncer de pulmão e câncer de estômago.

Graças aos bons resultados da companhia e também às previsões positivas para o mercado farmacêutico brasileiro, a Daiichi Brasil vem recebendo, há alguns anos, grandes investimentos da Matriz. Um delas foi a reinauguração da fábrica no Brasil, em 2011, que teve sua capacidade de produção ampliada, passando a contar com novas tecnologias para suportar o crescimento no Brasil.

Para se manter competitiva no mercado brasileiro, a companhia tem como prática estabelecer parcerias com outras empresas para o desenvolvimento de novas moléculas, afinal, a indústria farmacêutica depende de inovação.

“Essa é uma tendência cada vez mais presente em nosso segmento devido aos elevados custos para se desenvolver uma nova molécula. Os custos têm crescido exponencialmente e as dificuldades para se obter aprovação para a realização de pesquisas nos centros de estudo do Brasil estão cada vez maiores e restringem novos investimentos no País. Este é um gargalo que aumenta a cada dia e deve ser tratado com cuidado para não fecharmos as portas do Brasil para novas tecnologias e oportunidades de desenvolvimento econômico significativo”, alerta o diretor.

Segundo ele, a Daiichi Sankyo mantém atualmente parcerias com os

e-Pharma Specialty Care | Gestão de produtos especiais

Conheça a solução para acompanhamento de pacientes em tratamento de patologias de alta complexidade que vai colocar a

ADESÃO em 1º lugar

CONCÊNTRICA



Conte com a experiência de quem atua com mais de 30 mil pacientes monitorados por mês:

- Visitas a pacientes por equipe especializada
- Exclusiva Rede de Provedores para suporte ao diagnóstico e procedimento de infusão
- Gestão da dispensação de medicamentos orais e subcutâneos na residência dos pacientes
- Processo de logística reversa
- Infraestrutura de Contact Center especializada na gestão e monitoramento da adesão dos pacientes ao tratamento

15 anos

e-Pharma

Ampliando acesso a medicamentos para milhões de brasileiros

Central de Atendimento: 11 4689-8686
negocios@epharma.com.br • www.epharma.com.br



laboratórios Eli Lilly para o desenvolvimento de Effient (Cloridrato de Prasugrel) e GSK (vacinas), além de diferentes universidades pelo mundo para o desenvolvimento de novas moléculas.

A companhia também vem se destacando pelos investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Para se ter ideia, a Daiichi Sankyo investe cerca de 20% das vendas líquidas globais em P&D. “Este valor representa 17% acima da média de investimentos da indústria famacêutica no mundo”, garante o diretor.

No Brasil, atualmente, a empresa não tem atuação direta no segmento de genéricos. Mas, segundo Gonçalves, a Daiichi Sankyo global, por meio da sua participação na empresa indiana Ranbaxy, recém-incorporada pela Sun Pharmaceutical (tornando-se a quinta maior produtora de genéricos no mundo – a Daiichi Sankyo é segunda maior acionista deste novo grupo), atua em praticamente todas as regiões do mundo com a comercialização de genéricos.

Estrutura ampliada

Com um portfólio que atende à cardiologia, psiquiatria, neurologia, gastroenterologia, ortopedia e clínica geral, a Daiichi Sankyo Brasil tem uma estrutura no País composta por uma sede administrativa, localizada em São Paulo (Capital), e uma fábrica em Alphaville (Barueri/SP), que cobrem as principais cidades do território nacional. A fábrica foi, inclusive, recentemente modernizada e expandida para atender não somente à demanda local, mas também à de exportação dos produtos para toda a América Latina.

Com um faturamento superior a R$ 200 milhões (Jan-Dez) em 2013, a companhia vem conquistando espaço no competitivo mercado brasileiro.

No total, a companhia emprega 360 colaboradores, incluindo a Força de Vendas, composta por 170 profissionais, entre representantes, gerentes distritais e regionais.

Segundo o diretor, em 2014, a estratégia principal tem sido a de consolidar os resultados dos produtos recém-lançados. “O Brasil tem demonstrado forte crescimento no segmento farmacêutico, aliado à estabilidade econômica dos últimos anos, o que tem feito o País se destacar na América Latina e entre os mercados emergentes. Por outro lado, é um mercado que continuará sendo muito competitivo. Novas empresas iniciaram suas atividades nos últimos anos e outras já sinalizam que estão a caminho. Isso significa que a inovação e a excelente prestação de serviços serão essenciais para que as empresas consigam um bom resultado. Mesmo com os produtos já estabelecidos, estamos conseguindo uma taxa de crescimento nos últimos anos superior ao mercado. Pretendemos manter esta tendência positiva, ampliando nosso market share nas áreas terapêuticas em que atuamos, contribuindo para o atingimento de uma maior representatividade no mercado farmacêutico brasileiro. Em 2014, esperamos crescer 20% em relação a 2013”, finaliza.

Para a **AC Farmacêutica todo dia é dia do médico**, sendo assim não poderíamos deixar de pensar nesse **profissional que tanto nos faz bem**!

Não importa ***quando*** ou ***onde***, a ***capacitação*** está ao ***seu alcance***!

Acesse e confira!



100% ***on-line***

Realização:

ABRAMURGEM Associação Brasileira de Medicina de Urgência e Emergência

SBCM Sociedade Brasileira de Clínica Médica

Apresentamos o curso **URGEM - Capacitação em Urgência e Emergência**, uma iniciativa pioneira da **Sociedade Brasileira de Clínica Médica** (**SBCM**) e da **Associação Brasileira de Medicina de Urgência e Emergência** (**ABRAMURGEM**), que oferece a melhor experiência de capacitação e agrega ainda mais valor à sua atuação.

Coordenação Geral:

Antonio Carlos Lopes (Professor Titular de Clínica Médica da Unifesp-EPM), **Fernando Sabia Tallo** (Presidente da ABRAMURGEM), **Roberto Saad Junior** (Professor Titular da Cirurgia da Santa Casa de SP), **Renato Delascio Lopes** (Professor da Duke University)

A **AC Farmacêutica** leva atualização científica a médicos e profissionais da área da saúde, concretizando projetos de excelência.

- Acervo com mais de 3 mil livros publicados;
- Equipe multidisciplinar motivada e com mais de 20 anos de experiência;
- Parceria com sociedades médicas de especialidades;
- Relacionamento com os *experts* da medicina nas mais diversas áreas.

gen | AC

COMPROMETIDA COM O CONHECIMENTO MÉDICO

www.acfarmaceutica.com.br

ABRAFARMA DIVULGA LEVANTAMENTO INÉDITO SOBRE SERVIÇOS FARMACÊUTICOS

O trabalho representa um verdadeiro raio-X de uma atividade primordial para as redes associadas: a assistência farmacêutica.

A Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma), entidade que representa as 29 maiores redes em atuação no País e responsável por 40% das vendas de medicamentos, divulgou um estudo inédito de serviços farmacêuticos. O objetivo do levantamento foi apresentar os resultados dos serviços prestados nas grandes redes de farmácias e drogarias associadas, de forma a coletar opiniões e análises que contribuam para o avanço na qualidade do atendimento.

"Com o relatório, inauguramos uma nova era. Este trabalho representa um verdadeiro raio-X de uma atividade primordial para as redes associadas: a assistência farmacêutica", ressalta o Presidente-Executivo da associação, Sérgio Mena Barreto. "Comparo este olhar ao de um exame radiológico, pois ele vai além dos números ao apresentar uma visão mais profunda, investigando vontades e crenças dos profissionais que exercem suas atividades em nossos mais de 5.200 pontos de venda", completa.

Os questionários foram respondidos por cerca de três mil participantes, entre maio e setembro do ano passado, espalhados pelas 27 unidades da Federação. Foram levantadas informações sobre perfil sócio-demográfico, formação profissional, inclusão digital, oferta de serviços farmacêuticos e comportamento e atitudes dos profissionais perante a prestação dos serviços.

Resultados

Entre os principais resultados obtidos, apurou-se que, das 4.867 farmácias e drogarias afiliadas, 761 delas funcionavam 24 horas. O rol de serviços mais frequentes administrados por farmacêuticos nas redes contempla: administração de medicamentos injetáveis (51%); verificação da pressão arterial (33%); e teste de glicemia capilar (10%), sendo que em praticamente metade das redes algum dos serviços disponibilizados é cobrado.

No período, havia mais de 13 mil farmacêuticos atuantes nas redes associadas à Abrafarma. A maioria dos entrevistados era constituída por mulheres (72,3%) com idade média de 30,4 anos e 6,1 anos de experiência no varejo. Um em cada quatro profissionais cursou pós-graduação lato sensu. Praticamente metade dos entrevistados fez algum curso de atualização nos últimos 12 meses e declara possuir nível intermediário ou alto de inglês.

O estudo também apontou como é a estrutura típica das farmácias em relação a equipamentos e serviços, o que inclui computadores, impressoras, acesso à internet, sala de serviços farmacêuticos e área de espera para clientes. Ainda foram avaliados disposição dos medicamentos, rotina de trabalhos, tempo disponível para atendimento, quantidades de serviços de pronto-atendimento entre outras informações.

"O propósito deste primeiro estudo é servir de base de comparação para os avanços que pretendemos implantar nas redes da Abrafarma no campo dos serviços farmacêuticos. Se podemos medir e comparar, sabemos no que devemos melhorar. Assim, estamos prestes a dar início a uma nova era de atendimento ao consumidor", conclui Barreto. UP



PLANEJAR É MAIS DO QUE PRECISO

A Conectfarma tem as melhores soluções e uma equipe preparada para seu planejamento de 2015. Entre em contato com nossos consultores de vendas.

Impresso

- Artigos científicos: desenvolvimento e reprints
- Highlights e cobertura de eventos nacionais e internacionais
- Livros, revistas e jornais
- Casos Clínicos
- Materiais para pacientes





Digital

- Web
  - Conectpac (webmeeting)
  - e-learning Nature Publishing Group
- App (iOS e Android)
  - Médico
  - Paciente

Curta nossa página
www.conectfarma.net | Tel.: (11) 5181-2618
Seja qual for a forma, nós cuidamos do conteúdo!

Conectfarma®
Soluções em Educação Médica

CIRURGIAS MINIMAMENTE INVASIVAS

UMA GRANDE EVOLUÇÃO DA ORTOPEDIA

Em 18 de outubro, celebra-se o Dia do Médico, profissionais que, com seus conhecimentos e dedicação, salvam vidas e garantem mais saúde à população. Na maior parte das vezes, atuando com jornadas excessivass e sem finais de semana, os médicos são verdadeiros "guardiões" da saúde. Estudam por vários anos e continuam estudando pelo resto de suas carreiras, buscando o aprimoramento constante, a fim de assegurar aos pacientes um atendimento mais adequado e eficiente.

Para a indústria farmacêutica, são profissionais imprescindíveis, afinal, são eles os responsáveis por levar ao conhecimento da população os medicamentos desenvolvidos para aliviar e curar diversas doenças.

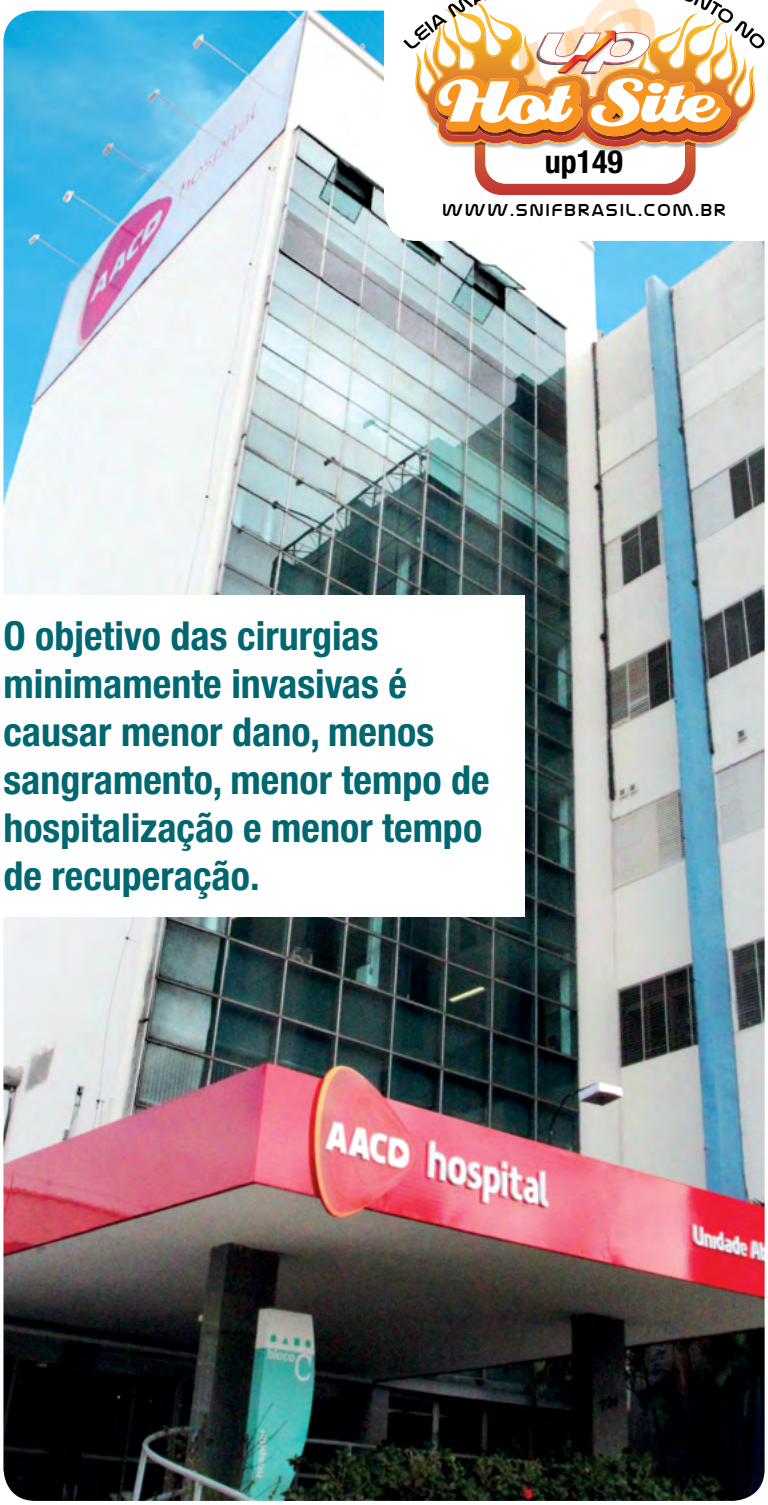
Para homenagear os médicos na passagem desta data, a Revista UPpharma aborda nesta edição uma área da medicina que vem obtendo grande evolução nos últimos tempos: a ortopedia. Nessa especialidade, as cirurgias minimamente invasivas são cada vez mais aplicadas, visando oferecer aos pacientes uma alternativa de tratamento que cause menor dano, menor tempo de hospitalização e menor tempo de recuperação.

As tecnologias para realização de cirurgias minimamente invasivas na área da ortopedia são uma grande inovação da medicina e vêm ajudando a melhorar a vida de diversos pacientes.

Para falar sobre esse assunto, entrevistamos o Dr. Alexandre Fogaça Cristante, médico do grupo de coluna e deformidades da coluna da AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente), Professor Associado da FMUSP e Professor Livre Docente do Departamento de Ortopedia e Traumatologia do HC-FMUSP.

Na sequência, prestamos uma homenagem ao trabalho realizado pelos profissionais do Hospital da AACD, que completou 21 anos e está entre as cinco maiores unidades hospitalares de cirurgia ortopédica de alta complexidade do Brasil. Com uma equipe médica altamente especializada, o Hospital é referência no País.

LEIA MAIS SOBRE ESTE ASSUNTO NO
UP Hot Site
up149
WWW.SNIFBRASIL.COM.BR



O objetivo das cirurgias minimamente invasivas é causar menor dano, menos sangramento, menor tempo de hospitalização e menor tempo de recuperação.



18 out

Dia do Médico

Com níveis altíssimos de admiração e reconhecimento e altas taxas de agradecimento, o diagnóstico hoje é um só | **a alegria**.

A Biolab Farmacêutica parabeniza você, médico, com quem compartilhamos o compromisso com a vida, em toda a sua plenitude.

biolab
FARMACÊUTICA

VOLTAR SUMÁRIO

Dor nas mãos é cada vez mais comum

Uso contínuo de celulares e tablets é uma das principais causas

Atualmente, uma das queixas que tem crescido nos consultórios e afeta cada vez mais os jovens são as dores nos polegares, nos punhos e nas mãos. Causadas, na maioria das vezes, pelo uso constante de celulares e tablets, essas dores ocorrem pelos movimentos excessivos e repetitivos dos músculos e tendões. Quanto mais cedo o uso desses gadgets é iniciado, maior o risco de lesão, já que o esqueleto dos jovens ainda está em desenvolvimento. Segundo o ortopedista da Beneficência Portuguesa de São Paulo, Fabiano Nunes Faria, esses hábitos podem gerar problemas de saúde, como inflamações locais. "Entre eles, destaca-se a tenossinovite, decorrente de movimentos realizados diversas vezes seguidas, que gera um aumento no atrito dos tendões com sua membrana, causando inflamação".

Além das mãos e dos punhos, os polegares estão entre os grupos dos mais afetados, principalmente, quando o assunto é relacionado ao uso de celular. Com o envio de mensagens e telas sensíveis ao toque, o polegar faz um movimento que, muitas vezes, a musculatura não está acostumada. Incômodos como dores no pescoço, nos ombros ou na coluna também ocorrem. "Por serem aparelhos que não estão preparados ergonomicamente para atividades contínuas, podem gerar desconforto também na postura", comenta.

Entre os outros sintomas estão rigidez muscular, limitação dos movimentos das articulações e cansaço, tanto muscular quanto visual. O problema pode ser diagnosticado por meio de análise clínica dos sintomas, ultrassom para avaliação da inflamação ou Raio X. Como formas de tratamento são indicadas o uso de gelo, medicação, repouso ou reabilitação na fisioterapia. "Quando diagnosticadas inicialmente, as inflamações são reversíveis. Mas quando não tratadas, podem danificar tendões e as articulações, causando tendinite, artrose e, em determinados casos, procedimentos cirúrgicos", finaliza o especialista.

Abaixo seguem algumas dicas para se evitar dores musculares não só para jovens, mas também para quem faz uso constante de celular e computador:

- Para evitar o problema fique atento à postura e o tempo de uso desses aparelhos;
- Evite utilizar computadores na cama ou no sofá;
- Faça intervalos após longo tempo à frente da tela;
- Caso apareçam dores, procure um especialista.



Dr. Alexandre Fogaça

Evolução na ortopedia

A ortopedia é uma especialidade que atende pessoas de todas as idades. No Brasil, as principais queixas que levam as pessoas a procurar os ortopedistas são os traumas, como contusões, entorses e fraturas; dores nas costas e tendinites.

Conforme revelou Dr. Alexandre Fogaça, 80% das pessoas terão dor nas costas em algum período de suas vidas. "Este é um problema muito comum, chegando a ser o segundo motivo de procura pelo médico. As causas são multifatoriais, como predisposição genética, idade, sedentarismo, esforços repetitivos, excesso de peso etc.", alerta.

Para se ter ideia, a dor lombar é a segunda que mais aflige o ser humano. Um levantamento da Gesto Saúde & Tecnologia (GST) apontou que a dor lombar baixa foi a campeã do ranking de afastamentos por atestados médicos em 2013. A doença afeta homens e mulheres. Porém, no comparativo entre gêneros, o número de mulheres afetadas é quase o dobro do dos homens. A média de dias perdidos no trabalho é de um dia e meio.

18 DE OUTUBRO. DIA DO MÉDICO.

Para prestar nossa homenagem
criamos uma fórmula muito especial.



SOLO

Quem passa a vida comprometido com o bem mais precioso do ser humano merece um tratamento especial e contínuo. Conte com a Medley para continuar promovendo a saúde e o bem-estar.

Medley.
UMA EMPRESA SANOFI

©Medley 2014. ®Marca Registrada. 050519751 - ANÚNCIO FARMA DIA DO MÉDICO 2014 - Setembro /2014. Material destinado aos profissionais de saúde habilitados a prescrever ou dispensar medicamentos.

Outras estatísticas mostram que cerca de 90% dos adultos experimentam dor lombar na vida. As cirurgias minimamente invasivas também são usadas para tratar o problema e garantem melhor qualidade de vida para os pacientes.

"Cirurgias minimamente invasivas são procedimentos em que o conceito é ser tão resolutiva como uma cirurgia aberta, mas com menor dano tecidual. Não é só o tamanho da cicatriz que importa, mas a preocupação em não danificar outros tecidos, como os músculos que podem acarretar outros problemas", explica Dr. Alexandre.

Segundo ele, atualmente, na área da ortopedia podemos dividir as cirurgias minimamente invasivas em: percutâneas, que são as infiltrações, rizotomias etc.; endoscópicas ou artroscópicas, muito utilizadas no joelho, ombro, quadril e, mais recentemente, na coluna; e Mini-open, que fazem a mesma cirurgia por incisões menores e com menor dano tecidual, graças ao uso de afastadores especiais.

"Tais técnicas podem ser indicadas em qualquer idade, inclusive em crianças. Para o público atendido na AACD também existem situações em que utilizamos técnicas menos invasivas, mas essa escolha depende da análise de cada caso, ou seja, cada problema precisa ser avaliado individualmente, sempre privilegiando o que se considera mais seguro e com maior chance de êxito", acrescenta.

Segundo o médico, o objetivo dessas cirurgias é causar menor dano, menos sangramento, menor tempo de hospitalização e menor tempo de recuperação. "Muitas dessas técnicas ainda carecem de comprovação científica, o que só se consegue realizando estudos clínicos bem elaborados e que demoram anos para chegarem a uma conclusão do que realmente funciona", pontua.

Na visão do Dr. Alexandre, a Ortopedia e Traumatologia é uma especialidade que hoje reúne muitas subespecialidades, como coluna, ombro, mão, quadril, joelho, pé, medicina esportiva, traumatologia, entre outras, que vêm obtendo um desenvolvimento muito rápido em relação à descoberta de novas técnicas e equipamentos para melhor resolver os problemas em cada uma destas áreas.

"A AACD, por exemplo, é um centro de referência em reabilitação de pessoas com alterações como paralisia cerebral, malformações congênitas, mielomeningocele, lesões encefálicas, trauma raquimedular, doenças neuromusculares, entre outras. São problemas que necessitam de uma abordagem multidisciplinar, que inclui médicos, enfermeiros, fisioterapeutas, terapeutas ocupacionais, psicólogos; que buscam promover a maior adaptação destas pessoas às suas limitações", ressalta o médico.

AACD HOSPITAL

TRABALHANDO EM PROL DO BEM-ESTAR DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Reconhecido entre os cinco maiores hospitais em cirurgias de alta complexidade do Brasil, o AACD Hospital destaca-se pelos recursos tecnológicos e infraestrutura de ponta. Em 2014, o Hospital completou 21 anos de atividades, mantendo um baixíssimo índice de infecção hospitalar — inferior a 0,6%, quase um quarto da meta traçada pela National Healthcare Safety Network (NHSN), que é de 2%. "Esse baixo índice é uma grande conquista, principalmente, considerando as cirurgias ortopédicas de alta complexidade, que são bastante invasivas", afirma o superintendente Hospitalar, Pedro Lacava.

Somente no ano passado, a instituição realizou 7.905 procedimentos. Entre os atendimentos, as cirurgias pediátricas ainda são a maioria, mas com o amadurecimento dos pacientes, o número de adultos tem aumentado. Nesse sentido, a AACD Hospital oferece tratamento inédito para Parkinson, com processo de reabilitação conduzido por uma equipe multidisciplinar, incluindo uma pequena intervenção cirúrgica para a implantação de estimuladores elétricos no cérebro do paciente, que inibe os tremores ou a rigidez causada pela doença.

Em 2013, a instituição realizou 7.905 procedimentos. Entre os atendimentos, as cirurgias pediátricas ainda são a maioria, mas com o amadurecimento dos pacientes, o número de adultos tem aumentado.

Que neste **18 de outubro,**
você possa **auscultar** em alto e bom som
os nossos mais sinceros **agradecimentos!**



18 de outubro. Parabéns pelo Dia do Médico

GREAT PLACE TO WORK®
Segmento Saúde
2013

www.astellasfarma.com.br

astellas
Levando Luz à Vida



Aproveitamos esta data para parabenizar o profissional que cuida do nosso maior bem: **a saúde**.

18 DE OUTUBRO
DIA DO MÉDICO

Uma homenagem

merck cuida

O melhor da vida é viver com saúde

MERCK

VOLTAR SUMÁRIO



Também reconhecida pela equipe médica especializada, a Unidade conta com recursos tecnológicos avançados, como arco 3D, para o atendimento de pacientes de convênio, particular e também gratuito, via SUS.

Um dos destaques do Hospital da AACD é o Centro de Pesquisas Clínicas, que está sob responsabilidade do reumatologista Morton Scheinberg. A área tem colaborado na obtenção de novos medicamentos para o tratamento do lúpus – doença autoimune que afeta as articulações, pele e outros órgãos.

Além da equipe especializada, o complexo hospitalar oferece atendimento completo ao se integrar às outras instalações da Instituição, como a AACD Terapia e a AACD Diagnóstico. Este último, equipado com um dos únicos aparelhos de ressonância magnética com campo aberto do País, que elimina a necessidade do paciente entrar no aparelho em que o exame, normalmente, é realizado, amenizando traumas e reduzindo o desconforto de pessoas que sofrem de claustrofobia.

Novos projetos

Sempre buscando as melhores práticas, a AACD Hospital está implantando novos projetos. Desde o ano passado, a diretoria médica está focada em uma frente de segurança hospitalar e do paciente como parte das iniciativas para obter a acreditação da Joint Commission International (JCI), certificação que reforça a credibilidade da instituição em quesitos como segurança, qualidade de atendimento e gestão.

Também com foco na JCI, o hospital realizou a implantação de um moderno sistema de informação: um prontuário eletrônico que possibilita uma maior organização e facilita o acesso a informações sobre tratamentos, métodos e pacientes, entre outras. Segundo Lacava, o objetivo é ter, até 2015, todos os prontuários feitos e assinados eletronicamente.

Inaugurado como Hospital Abreu Sodré, a Instituição unificou sua marca com a da AACD, em 2013, para conectar ainda mais à expertise do hospital de reforçar na sua imagem a qualificação e especialização da equipe AACD, além de dar força à missão de ajudar na busca pelo bem-estar de pessoas com deficiência física.

A AACD

A AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente) é uma entidade privada, sem fins lucrativos, que trabalha há mais de 62 anos pelo bem-estar de pessoas com deficiência física. A entidade foi fundada por um médico que queria criar no Brasil um centro de reabilitação com a mesma qualidade dos centros que conhecia no exterior, para tratar crianças e adolescentes com deficiências físicas e reinseri-los na sociedade. Foi pensando nisso que o Dr. Renato da Costa Bomfim reuniu um grupo de idealistas e, no ano de 1950, fundou a AACD.

Inicialmente, funcionando em dois sobrados alugados na Rua Barão de Piracicaba, na cidade de São Paulo, a entidade ganhou reconhecimento e, graças à colaboração dos primeiros doadores, a AACD pôde fundar seu primeiro centro de reabilitação num terreno doado pela Prefeitura, na rua Ascendino Reis.

Hoje, a entidade oferece diversos tratamentos por meio de atendimento em Clínicas Especializadas. As clínicas em atividade na AACD são: Paralisia Cerebral, Lesão Medular, Lesão Encefálica Adquirida Infantil e Adulto, Mielomeningocele, Malformações Congênitas, Amputados, Doenças Neuromusculares e Poliomielite. Cada uma dessas Clínicas possui um grupo de profissionais habilitados em fornecer um tratamento consistente e uniforme ao paciente.

Após a triagem, o paciente é avaliado por uma equipe especializada em sua deficiência. A equipe multidisciplinar atua em conjunto, com o objetivo de atender o paciente do modo mais adequado e no menor espaço de tempo possível.

A NOSSA EQUIPE
VAI SUPERAR TODAS
AS EXPECTATIVAS E

A SUA EQUIPE VAI SURPREENDER VOCÊ.



O ALMENAT foi cuidadosamente projetado para que o seu evento surpreenda. Cada detalhe é uma peça em um mosaico num ambiente de bom gosto e conforto. Mas sem perder de vista que essa estadia é uma experiência coletiva de inspiração e integração. Salas climatizadas e adaptáveis, quadras poliesportivas, piscinas, saunas, boliche eletrônico, além de confortáveis apartamentos. Oferece serviços personalizados, apoio logístico e garante uma hospedagem completa e única.

NÃO IMPORTA O TAMANHO DO SEU EVENTO.



WWW.ALMENAT.COM.BR
ESPECIALISTA EM EVENTOS E CONVENÇÕES

facebook.com/almenat instagram.com/almenatcorp

ALMENAT
EXTENSÃO CORPORATIVA

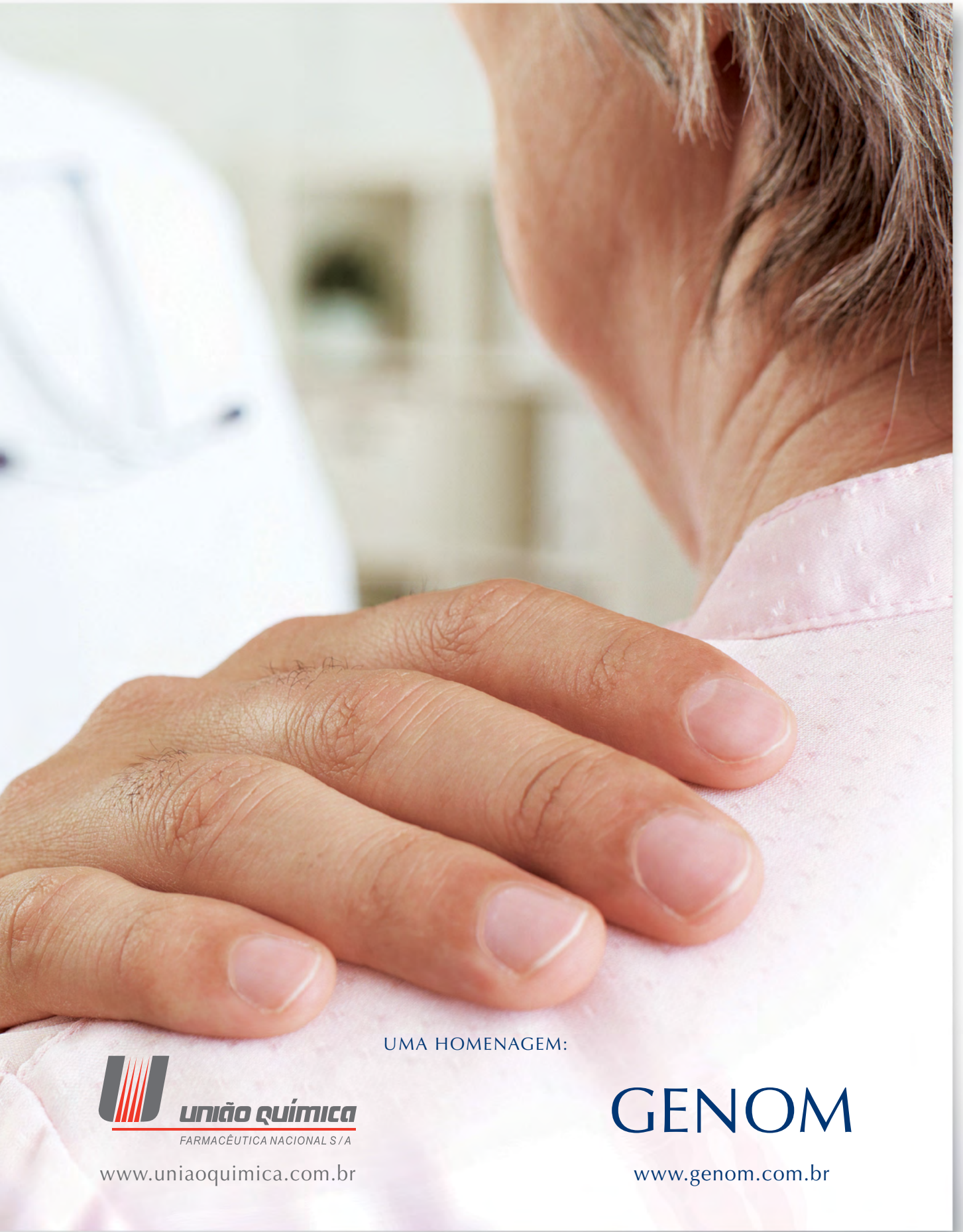
NOSSO MOTIVO DE ORGULHO É TRATAR MUITAS PESSOAS AO SEU LADO.

Uma reputação de mais de 76 anos com moderno parque fabril constrói-se por meio de uma sólida parceria com profissionais talentosos, com elevado conhecimento e verdadeiramente compromissados com a vida. A União Química integra quatro unidades responsáveis pela produção de medicamentos em diversas classes terapêuticas: Embu Guaçu e Taboão da Serra (SP), Pouso Alegre (MG) e Brasília (DF).

Para a Genom, Divisão da União Química, uma das maiores empresas da indústria farmacêutica, não há motivo de orgulho maior do que estar ao seu lado nesse compromisso e no cuidado às pessoas.

Essa é a homenagem a quem dedica a sua própria vida a tratar da saúde de milhares de pacientes.

18 de outubro, dia do Médico.



UMA HOMENAGEM:

união química
FARMACÊUTICA NACIONAL S/A

www.uniaoquimica.com.br

GENOM

www.genom.com.br

VOLTAR SUMÁRIO

LEIA MAIS SOBRE ESTE ASSUNTO NO UP Hot Site up149
WWW.SNIFBRASIL.COM.BR

MAL DE ALZHEIMER

ESPECIALISTA FALA DOS AVANÇOS E FUTURO NESSA ÁREA



O maior risco da Doença de Alzheimer (DA) é a idade. A partir dos 65 anos, temos 127 casos por 100 mil habitantes.

Com o aumento da expectativa de vida em todo o mundo, o número de idosos também cresceu globalmente. Com isso, a medicina se deparou com maior incidência de diversas doenças cujas causas estão relacionadas ao envelhecimento.

Uma delas é o Mal de Alzheimer, uma doença crônica e progressiva considerada a principal causa de demência diagnosticada atualmente, que acomete 25 milhões de idosos em todo o mundo e leva à morte. Com diagnóstico difícil, a Doença de Alzheimer (DA) tem sua prevalência aumentada com a idade. O maior desafio é justamente diagnosticar a doença no início, quando, geralmente, existe apenas a queixa de esquecimentos corriqueiros, que também pode ter outras causas.

A rigor, a fase de degeneração mental começa por volta dos 40 anos de idade e varia por diversas circunstâncias. As variantes são, principalmente, o padrão genético, as atividades físicas e cognitivas e presença ou ausência de doenças, como hipertensão arterial e diabetes, além de hábitos nocivos: fumo, álcool e outras drogas.

Em 21 de setembro foi comemorado o Dia Mundial do Alzheimer, envolvendo debates e discussões sobre a doença em todo o mundo, cujo objetivo é alertar pacientes e familiares sobre os primeiros sinais da doença e os tratamentos adequados.

Para mostrar os avanços nessa área, nesta edição comemorativa do Dia do Médico, a Revista UPpharma entrevistou o Dr. Custodio Michailowsky Ribeiro, neurocirurgião do Centro de Dor e Neurocirurgia Funcional do Hospital 9 de Julho, em São Paulo, que avalia o atual cenário

soluções em interatividade

3d garage



18 de outubro
Dia do médico

Parabéns

A nossa máquina agradece

Uma homenagem aos profissionais
que cuidam de todos nós.

(11) 3045-0907
www.3dgarage.com.br
3dgarage@3dgarage.com.br

VOLTAR SUMÁRIO

do Alzheimer no Brasil e explica os métodos para diagnóstico precoce da doença.

Revista UPpharma - O que existe de mais promissor na medicina que pode retardar o avanço da DA? Hoje, já se fala até de estudos para paralisar a progressão da doença. Até onde isso é verdadeiro?

Dr. Custodio Michailowsky Ribeiro – Paralisar a progressão não é verdadeiro, pois se trata de uma doença que possui muitos mecanismos fisiopatológicos, que acontecem lado a lado e ao mesmo tempo em indivíduos que estão envelhecendo. O maior risco da Doença de Alzheimer (DA) é a idade. A partir dos 65 anos, temos 127 casos por 100 mil habitantes, e a cada cinco anos este número dobra: depois dos 85 anos, a doença de Alzheimer ocorre em um a cada três indivíduos.

Até o momento, temos os estudos epidemiológicos que mostram efetivamente que a adoção de hábitos saudáveis pode diminuir o risco da doença de Alzheimer. Por exemplo, praticar atividade física regular, esportes e condicionamento físico cardiopulmonar evita a atrofia cerebral, principalmente em estruturas vinculadas à memória; consumir regularmente verduras, legumes e frutas, peixes e óleos ricos em ômega-3, bem como reduzir alimentos hipercalóricos (ricos em açúcar branco, industrializados), também podem diminuir o risco de DA.

Consumir de forma moderada o álcool, manter contato social regular, criar o hábito de aprender coisas novas, ler com frequência, ter uma rotina de atividades lúdicas, como ir ao cinema, exposição, festas etc., cuidar da qualidade do sono, pois sabemos que transtornos do sono podem acelerar o envelhecimento e a atrofia cerebral; e manter o hábito de visitar um médico regularmente para realizar exames de rotina para prevenção de doenças cardiovasculares, distúrbios metabólicos como hiperlipidemia, hipercolesteromia, diabetes; e endocrinólogicas como hipotireoidismo, menopausa e andropausa, são importantes medidas de prevenção.

Pesquisadores americanos descobriram que medicamentos usados contra a hipertensão também podem prevenir a doença. Isso é concreto?

Sim. Há uma grande relação de doenças cardiovasculares com DA e estudos epidemiológicos mostram que populações que controlavam hipertensão arterial, dislipidemia e diabetes diminuíram a incidência de DA.

Programa Longevidade



O Hospital 9 de Julho oferece ao público um programa planejado para quem quer orientações e atividades para atingir uma vida plena e feliz. Voltado para pessoas com mais de 50 anos, o objetivo é proporcionar uma série de atividades com supervisão clínica integral que possibilitem o planejamento e a vivência da senescência de maneira plena.

O programa se inicia com uma consulta com uma enfermeira do grupo de longevidade e, posteriormente, com o médico que vão conhecer o paciente e suas necessidades e orientá-los de maneira individualizada para um dos grupos propostos. Uma pesquisa de qualidade de vida é realizada pela enfermagem na entrada do programa e depois de quatro meses de atividades no grupo. Após as primeiras consultas, de acordo com o perfil, o paciente entrará nos seguintes grupos:

- **Esporte e Movimento:** O paciente é orientado por um médico do esporte, um fisioterapeuta e um nutricionista para desenvolver um plano de atividades físicas e alimentar, além de ser envolvido em atividades socioculturais do grupo de longevidade do Hospital 9 de Julho.

- **Busca de sentido e alegria:** O paciente terá uma consulta com um especialista em alegria e sentido de vida que de acordo com o perfil pode diretamente integrá-lo nas atividades socioculturais e, se houver interesse, participar de atendimento psicoterapêutico individual e em grupo.

- **Check-up:** O paciente será envolvido em uma avaliação cardiológica, urológica ou ginecológica. Se estiver com a condição clínica adequada, será envolvido em atividades socioculturais do grupo de longevidade do Hospital 9 de Julho.



VOCÊ ESTÁ A 1 CLIQUE DO MAIOR NETWORKING DO MARKETING FARMACÊUTICO!

JÁ COMEÇOU A VENDA DE CONVITES PARA O

38º Lupa de Ouro

Faça já sua reserva em: www.grupemef.com.br

Realização Grupemef

28 de novembro de 2014, WTC Events Center.

Patrocínio

Captativa – Unindo gente que faz diferença

Casa Grande Hotel Resort & Spa

Close-Up International

minhavida – saúde, alimentação e bem-estar

Orizon – Simplificando a saúde

tabmedia – Closed Loop Marketing

TOYOTA

Zum Brazil eventos

Parceiros

Tecnologia e Comunicação Web: atitude

Brindes: CREATIVE DESIGN

Produção e Estrutura: LC MAIS – Inovação para eventos corporativos

Criação: Octana Marketing & Eventos

Vídeo & Animação: SQUIZO FRAME motion studio

Apoio

Aptare – Geriatria e Gerontologia para especialidades clínicas

bonina – Eventos Corporativos

Doutores da Alegria

SINDUSFARMA

UP pharma



Dr. Custodio M. Ribeiro

Quais os números do Alzheimer no Brasil e no mundo?

A DA no Brasil tem cálculo estimado de 4,5 milhões de idosos acometidos no momento, mas na epidemiologia temos o costume de usar a seguinte porcentagem: 9% dos indivíduos acima de 65 desenvolvem DA, 34% das pessoas acima de 85 anos e 43% nas pessoas acima de 93 anos.

Portanto, como a população mundial e do Brasil está envelhecendo, a incidência de DA deverá aumentar.

Afinal, existe uma causa para o surgimento do Alzheimer? É uma doença hereditária?

Somente 5% a 10% da DA são familiares (hereditárias), mas a grande maioria (90%) não vem da hereditariedade. Até agora, a única causa para o surgimento da DA é o avançar da idade.

Geralmente, qual o perfil das pessoas que são afetadas pela doença? É mais comum em homens ou mulheres? Qual a idade mais comum para o surgimento da doença?

Pessoas idosas, histórico familiar, hipertensos, diabéticos, com história pregressa de traumatismo craniano, baixo nível sócio-econômico com dieta inadequada.

Existe alguma efetividade nos tratamentos preventivos (palavras cruzadas, hábito de leitura, estímulo mental)?

Sim, estimular a memória com jogos específicos, aprender línguas, música, cantar e outros hábitos, que relatei anteriormente, é importante para prevenção.

Qual a expectativa de vida de uma pessoa acometida pelo mal de Alzheimer?

Quando a doença surge ao redor de 65/70 anos, a pessoa tem uma sobrevida de sete a dez anos, mas esta expectativa vem aumentando com o tratamento específico. E em pessoas acima de 85 anos, a expectativa cai três anos.

Por que é tão difícil ter o diagnóstico preciso do Alzheimer?

O diagnóstico é clínico e temos muitos sinais e sintomas associados, tanto neurológicos quanto psiquiátricos. Mas o sinal mais comum de DA é a perda da memória recente de curto prazo. A pessoa se torna repetitiva, começa a se esquecer de coisas básicas do cotidiano e, consequentemente, a prejudicar as atividades da vida diária.

Existem hoje importantes avanços em relação ao diagnóstico mais precoce da doença. O que se fala atualmente são sobre os marcadores biológicos. Qual sua opinião a esse respeito e que outros avanços existem na área de diagnóstico para se detectar a doença mais cedo e de forma infalível?

No momento, o mais importante é fazer o diagnóstico clínico mais precocemente possível e iniciar o tratamento farmacológico preconizado pelas diretrizes realizadas pelas associações que estudam a DA. Atualmente, temos de intervir no indivíduo entre dez a 15 anos antes de aparecer os primeiros sintomas de transtorno de memória. Em relação aos exames disponíveis, eles nos auxiliam no diagnóstico preciso da doença.

Alguns estudos mostram que indivíduos que têm alta produção de proteínas cerebrais inativas no cérebro e não desenvolvem DA.

Os exames de imagem são úteis para verificar se o distúrbio de memória é passível de tratamento como, por exemplo: hidrocefalia, hematomas crônicos, inflamações.

O que se pode ainda esperar de inovação nessa área? Pelos avanços da Medicina, podemos esperar futuramente uma cura?

Pela inovação, podemos esperar tornar o diagnóstico mais preciso e mais rápido. Intervir mais cedo. Não acredito em cura, mas no controle crônico da doença, como se faz no hipertenso, no renal crônico, diabetes, nas doenças autoimunes etc.

O que o Hospital 9 de Julho oferece nessa área?

O Hospital oferece exames de imagem de última geração, como Ressonância Magnética, PET-TC e liquor com marcação das proteínas inativas cerebrais e exame neurofisiológico, como também uma equipe multidisciplinar que está envolvida no Programa Longevidade, (veja box) em que são desenvolvidas atividades para melhorar a vida do idoso – aulas de dança, clube da memória e da leitura, cinema, caminhada etc.

VOLTAR SUMÁRIO

HOSPITAL 9 DE JULHO

FOCO EM MEDICINA DE ALTA COMPLEXIDADE

Fundado há 59 anos, a Instituição faz parte do seleto grupo de hospitais brasileiros atestados pela Joint Commission International, acreditadora mais importante do mundo.

Com cerca de dois mil colaboradores e quatro mil médicos cadastrados, o Complexo Hospitalar 9 de Julho (H9J) vem se consolidando em medicina de alta complexidade e tem focado seus investimentos no atendimento de Traumas e no atendimento nos Centros de Referência.

Atualmente, o Hospital oferece 318 leitos, sendo 78 leitos nas Unidades de Terapia Intensiva, especialistas em procedimentos de alta complexidade, além de um Centro Cirúrgico com capacidade para até 14 cirurgias simultâneas.

Fundado há 59 anos, a Instituição faz parte do seleto grupo de hospitais brasileiros atestados pela Joint Commission International, acreditadora mais importante do mundo.

O corpo clínico é também um dos pilares que fazem do H9J uma instituição reconhecida no País. Para aderir ao corpo clínico do H9J, os profissionais de saúde precisam passar pelo processo de cadastro. Para fazer parte do H9J, o profissional deve cumprir rigorosamente as exigências do Conselho Federal de Medicina e do Conselho Regional de Medicina de São Paulo, assim como as diretrizes da certificação de qualidade que o Hospital possui.

Ampliação

Além da qualidade de seus profissionais, a Instituição faz investimentos constantes em tecnologia de ponta e em expansão, visando manter a qualidade dos serviços prestados aos clientes.

Prevendo um aumento da procura por serviços de saúde de qualidade no País, o H9J iniciou em 2009 um planejamento estratégico, que já permitiu a construção do Centro de Medicina Especializada (CME), prédio ambulatorial de 14 andares que ampliou a oferta de consultas, exames e procedimentos ambulatoriais.

Outro projeto de expansão é a construção de uma nova torre, que ampliará a capacidade da instituição para 420 leitos. Além do aumento de capacidade das salas cirúrgicas.

Adicionalmente, o foco em alta complexidade e a busca contínua por opções diagnósticas e tratamentos minimamente invasivos demandam toda a atenção do H9J, que tem investido pesadamente em tecnologia top de linha. Foi a quinta instituição privada a adquirir o Sistema Robótico Da Vinci, em 2012, quando o número de equipamentos nos EUA já chegava aos 1,7 mil.

Os mais de quatro mil médicos do corpo clínico têm à disposição toda a oferta de exames diagnósticos para a área cardiológica, 15 equipamentos novos para hemodiálise e hemodiafiltração, três câmaras hiperbáricas e uma ala completa, recém-inaugurada, de Endoscopia e Motilidade Digestiva.

Para o H9J, o paciente deve ser visto como um ser humano pleno, com foco não apenas em sua doença, mas em sua saúde global. Por isso, atua com equipes multidisciplinares reunidas em Centros de Referência. São eles: Centro de Dor e Neurocirurgia Funcional; Rim e Diabetes; Oncologia; Gastroenterologia; Controle de Peso, Cirurgia Metabólica e Bariátrica; Trauma; Infusão, Medicina do Exercício e do Esporte; Coluna; Reabilitação; Clínica da Mulher e Longevidade. UP

H9J em números

- 318 leitos, sendo 78 de UTI;
- 14 salas cirúrgicas;
- 4 mil médicos cadastrados;
- 2 mil colaboradores;
- 1 mil profissionais de enfermagem;
- 40 especialidades no Centro de Medicina Especializada.

VOLTAR SUMÁRIO

DR. FLORENTINO CARDOSO DA AMB

OS DESAFIOS PARA GARANTIR A DIGNIDADE PROFISSIONAL DO MÉDICO E UMA ASSISTÊNCIA DE QUALIDADE

Apesar da importância incontestável do médico para a saúde dos brasileiros, esses profissionais ainda hoje enfrentam condições ruins de trabalho e de remuneração, tendo, muitas vezes, de se dedicar a vários empregos, sem tempo para descansar, ficar com a família ou mesmo se atualizar.

Além disso, há hoje uma grande discussão em torno da abertura desenfreada de escolas médicas, que, acredita-se, não garantem a boa formação e qualificação dos médicos.

Na verdade, segundo o último censo realizado no setor (Demografia Médica no Brasil: dados gerais e descrições de desigualdades), embora venha crescendo de forma acelerada e constante, a população médica brasileira é mal distribuída pelo País, com forte inserção nos serviços oferecidos por planos seguros de saúde. Os usuários do Sistema Único de Saúde (SUS) contam com quatro vezes menos médicos que os do setor privado.

Embora venha crescendo de forma acelerada, a população médica brasileira é mal distribuída pelo País, com forte inserção nos serviços oferecidos por planos seguros de saúde.

Para falar sobre o assunto, entrevistamos o atual Presidente da Associação Médica Brasileira (AMB), Dr. Florentino de Araújo Cardoso Filho, que analisa a atual realidade profissional do médico na passagem deste 18 de Outubro.

A Associação Médica Brasileira é uma sociedade sem fins lucrativos, fundada em 26 de janeiro de 1951, que tem como missão defender a dignidade profissional do médico e a assistência de qualidade à saúde da população brasileira. A entidade possui 27 Associações Médicas Estaduais e 396 Associações Regionais. Compõem o seu Conselho Científico 53 Sociedades Médicas que representam as especialidades reconhecidas no Brasil. Confira.

Revista UPpharma – Qual a realidade profissional do médico brasileiro?

Dr. Florentino Cardoso – O médico brasileiro é muito bem qualificado e preparado para atender às necessidades de saúde da população. Entretanto, o que mais nos preocupa é que, com a abertura desenfreada de novas escolas de medicina, temos observado uma queda de qualidade no nível de formação dos médicos.

Abrem-se escolas sem critérios, sem docentes adequados, sem estrutura física e sem um hospital-escola que garanta ao aluno a consolidação de seus conhecimentos. Sem dúvida, precisamos formar a quantidade de médicos que o Brasil necessita, mas também com a qualidade que essa profissão exige.

Nos últimos 12 meses, a classe médica tem enfrentado grandes dificuldades. O Governo Federal culpa os médicos pelo caos que está instalado na saúde, dizendo que vai solucionar o problema do setor trazendo mais profissionais. Isso passa a ideia de que no Brasil faltam médicos. O que não é verdade.

A saúde carece de boa gestão, de financiamentos, de medicamentos, de equipamentos etc. O que o Governo Federal não entende é que o médico precisa ter uma remuneração justa e uma relação de trabalho que seja formal, a fim de que sejam garantidos os direitos trabalhistas, o que não vem ocorrendo. O que vemos em diversas cidades é a precarização da relação de trabalho. Alguns contratos são realizados de maneira informal, deixando fragilizada a relação empregado/empregador. Os médicos precisam de boas garantias de trabalho e salário justo.

Na sua visão, o que precisa ser feito para mudar essa realidade profissional do médico brasileiro?


Dr. Florentino Cardoso

A AMB defende a carreira de Estado para os médicos da atenção básica em pequenas cidades, a fim de garantir que o profissional que vai trabalhar nessas cidades possa, futuramente, migrar para centros maiores e bem estruturados em uma evolução natural de sua carreira. Infelizmente, a maior parte das cidades brasileiras, especialmente, as menores, não oferece as condições adequadas para a permanência do médico. Não há boas escolas para os filhos, lazer, oportunidades de atualização etc. Algumas sequer possuem saneamento básico.

As pessoas se esquecem de que o médico é um ser humano, que tem necessidades, que tem família e que precisa de tempo para se atualizar.

A remuneração no setor público de saúde é muito baixa. Além disso, o Governo Federal remunera também mal os procedimentos médicos. Com isso, os profissionais são obrigados a ter vários empregos e a correr de um lado para o outro para sobreviver. Portanto, falta tempo para cuidarem, muitas vezes, até de sua própria saúde.

Em relação à abertura de novas escolas, o que, na sua opinião, deve ser feito para garantir a boa formação dos médicos?

Em primeiro lugar, deveriam ser estabelecidos critérios adequados para a abertura de novos cursos. E isso envolve ter bons professores e boa estrutura física. Em segundo lugar, esses critérios devem ser bem monitorados, a fim de serem criadas escolas onde realmente haja necessidade. O Brasil é campeão de escolas médicas. Isso assusta, pois o Governo Federal pensa em quantidade e não em qualidade.

É preciso lembrar que médico lida com o que há de mais valioso, que é a vida, a saúde. O País precisa formar médicos na quantidade necessária para cuidar da população, mas precisamos ter profissionais com boa formação.

Em um ano de mudanças na política do País, o que a AMB espera na área da saúde?

Na verdade, não esperamos nada do Governo atual. Nossa opinião é a de que as políticas públicas atuais são inadequadas e inconsistentes para resolver os problemas da saúde pública brasileira.

Desde 1988, o Brasil mantém o Sistema Único de Saúde (SUS), no qual, pela Constituição, todos os brasileiros devem ter assistência gratuita e universal. Mas isso não acontece. Os pacientes ficam anos na fila de espera para cirurgias e exames. Não há infraestrutura e faltam desde medicamentos até materiais básicos para atender à população. Os brasileiros pagam muitos e altos impostos, mas não possuem os serviços mais básicos que necessitam.

Hospitais e postos de saúde estão precários. O SUS desativou quase 42 mil leitos nos últimos sete anos, as superlotações em emergências e pronto-socorros comprovam este fato. O Ministério da Saúde deixou de utilizar R$ 17 bilhões em 2012, mas o Governo Federal, para justificar o caos em que se encontra o setor, afirma que não tem recursos para investir em melhorias.

A decisão formal da AMB é atuar para que ocorram mudanças nas políticas vigentes. Isso implica mudar as pessoas, no sentido de se ter um financiamento mais adequado, uma gestão profissional e um rigoroso combate à corrupção.

Quais os desafios em se tratando da formação e qualificação dos médicos para os próximos anos?

No que se refere à graduação, precisamos garantir a manutenção de

Sem dúvida, precisamos formar a quantidade de médicos que o Brasil necessita, mas também com a qualidade que essa atividade exige.

VOLTAR SUMÁRIO

Nossa opinião é a de que as políticas públicas atuais são inadequadas e inconsistentes para resolver os problemas da saúde pública brasileira.

boas escolas de medicina. Para isso, defendemos que haja uma avaliação do aluno a cada dois anos durante o curso, por exemplo. Dessa forma, eles só seguirão em frente e concluirão a graduação se realmente estiverem bem preparados e aptos a exercer a profissão. Essa proposta é o que chamamos de teste de progresso.

Na pós-graduação, a residência médica é o modelo mais consistente e adequado para a formação de médicos especialistas. As possibilidades de crescimento com qualidade da residência médica também têm sido reduzidas no País. O Governo Federal tem aberto vagas para residência médica sem critérios adequados. A AMB está atuando na tentativa de buscar soluções para esses problemas, a fim de garantir a boa formação e melhores condições de trabalho para os médicos.

Atualmente, quais os principais projetos da AMB?

Um dos projetos importantes da AMB é o Diretrizes, que tem por objetivo conciliar informações da área médica a fim de padronizar condutas que auxiliem o raciocínio e a tomada de decisão do médico.

No início do próximo ano, queremos também lançar uma grande campanha à população visando incentivar mudanças dos hábitos de vida das pessoas no que se refere à promoção da saúde, prevenção de doenças, educação de saúde etc.

Também pretendemos fortalecer o projeto Caixa Preta Saúde, uma ação conjunta entre a AMB e Sociedades de Especialidade, Associações Médicas Regionais e parceiros, que tem como finalidade receber e compilar denúncias do caos em que se encontra a saúde no Brasil.

O projeto Caixa-Preta da Saúde é um meio pelo qual todas as pessoas, de qualquer lugar e a qualquer hora, podem enviar fotos e vídeos, apresentando os locais procurados e as dificuldades enfrentadas na busca por serviços de saúde, públicos ou não.

O site http://caixapretadasaude.org.br e as redes sociais Facebook e Twitter são os canais de interação com o público. Por meio destas ferramentas colaborativas, a AMB espera que todos os brasileiros, trabalhadores da área ou não, pacientes ou não, se unam em prol de melhores condições da saúde em geral.

O site é de fácil utilização. Basta clicar no mapa e enviar a denúncia. A equipe do projeto caixa-preta da saúde fará a análise do material e, após esta análise, a denúncia entrará na web. A AMB e parceiros não pretendem resolver todos problemas do setor somente com o Caixa-preta da Saúde, mas sim mostrá-los como realmente são, dando voz aos que mais precisam – os usuários do sistema público de saúde.

Quando todos se unem, as mudanças acontecem mais rapidamente. Colaborar e denunciar o caos ajudará a abrir a Caixa-preta da saúde brasileira.

Gostaria de deixar uma mensagem para os médicos na passagem deste 18 de outubro?

Gostaria de dizer que a AMB está sempre atuando na defesa da saúde brasileira, principalmente na área pública, mas sem se esquecer também de quem depende da saúde complementar. A classe médica brasileira está unida, bem qualificada e possui credibilidade. Por isso, acreditamos que temos as condições para lutar por mudanças no atual cenário da saúde no Brasil e garantir melhores condições de trabalho e de salário para os médicos no País. UP

CREDINFAR
SEGURANÇA NA HORA DA DECISÃO

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DO RISCO DE CRÉDITO

Nesta edição, o leitor conhece a história da Credinfar – Associação de Profissionais de Crédito e Cobrança das Indústrias Farmacêuticas e Afins que completou 42 anos de atividades em março deste ano e tem sido a mais importante base de consulta de crédito para a indústria farmacêutica.

Criada com o objetivo de defender os interesses de suas associadas, organizando, assistindo e promovendo a colaboração recíproca no que se refere ao suporte para gestão do risco de crédito e proteção de recebíveis das indústrias farmacêuticas, a Credinfar – Associação de Profissionais de Crédito e Cobrança das Indústrias Farmacêuticas e Afins completou 42 anos de atividades em março deste ano. A entidade, que congrega, atualmente, 100 empresas associadas e três segmentos de atuação, foi criada graças ao trabalho visionário de um grupo de profissionais, formado por gestores de crédito e cobrança das indústrias farmacêuticas e encabeçado por José Paulino M. Filho, que, à época, atuava na então empresa "Carlo Erba".

Naquele tempo, esses profissionais, que já trocavam informações de crédito mais informalmente, perceberam que essa integração agilizava os negócios e trazia mais segurança para os recebíveis das empresas. A partir daí, decidiram convidar outras empresas para troca de informações de crédito, iniciando assim os primeiros passos de uma associação que se transformou na mais importante base de consulta de crédito para a indústria farmacêutica. Inicialmente, as informações eram trocadas por telefone, mas devido ao custo elevado passaram a ser por escrito, sendo depositadas em caixinhas em um local centralizado.



Antônio Emídio da Silva, Presidente

Em mais de quatro décadas de atuação, a Credinfar tem ajudado na gestão do risco de crédito das empresas do mercado farmacêutico.



Nova sede

Atualmente, contando com 100 empresas associadas e três segmentos de atuação, a Credinfar busca o aprimoramento constante de seus serviços.

"O Sindusfarma, por meio de seu então Presidente, Dr. Fausto Spina, incorporou a ideia do grupo e ofereceu o primeiro módulo de caixa postal para troca de correspondências e, posteriormente, cedeu o auditório para a realização de reuniões, que se tornou o primeiro ponto de encontro da Credinfar", recorda Antônio Emídio da Silva, atual Presidente da Credinfar.

Ao longo de mais de quatro décadas, a entidade vem contribuindo, de forma significativa, para o desenvolvimento do mercado farmacêutico de hoje, uma vez que cria condições para atender, agilizar e dar suporte aos negócios das indústrias com os seus clientes de forma segura, especialmente a atividade de "Contas a Receber".

A busca pelo aprimoramento dos serviços sempre foi prioridade para a associação. Para isso, a Credinfar tem incorporado modernas tecnologias e conceitos que garantam mais facilidades às associadas.

Nesse sentido, um importante marco aconteceu nos anos 1980. Com a popularização da informática, a Credinfar deu seus primeiros passos à incorporação de novas tendências, informatizando seu banco de dados por meio da aquisição de seu primeiro computador, passando a gerenciar o seu próprio sistema.

Em 2003, já na era da internet, a entidade lançou, seu primeiro site, trazendo mais agilidade ao processo de atualização do banco de dados e das consultas de crédito.

Outro marco na trajetória da empresa ocorreu em 2005, quando, aproveitando o 10º Encontro Anual de Associadas da entidade, realizado em Taubaté (SP), foram aplicadas as técnicas do Metaplan para se discutir e coletar ideias de ações necessárias para melhorar a qualidade das informações do banco de dados. "O resultado foi levado para a Assembleia Geral e gerou um plano de ação das metas aprovadas, que, aos poucos, foram sendo desenvolvidas e implementadas", acrescenta o presidente.

Em 2007, a Credinfar conquista sua nova sede própria, localizada na Avenida Engenheiro Luiz Carlos Berrini, no Brooklin Novo, em São Paulo. O novo endereço permitiu que a entidade ficasse mais próxima à maioria das associadas, que estão instaladas na região.

Já em 2010, buscando o aprimoramento constante de seus serviços, a entidade promove o outsourcing de TI, dando início ao processamento em nuvem, para atender melhor à demanda das associadas e oferecer mais segurança.

"O crescimento e a evolução da associação aconteceram gradativamente ao longo dos anos, especialmente com o advento da informática e das modernas ferramentas de comunicação. Anteriormente, a busca de informações e a análise para a aprovação de crédito, que levavam em torno de uma semana, passaram a ser feitas em apenas alguns minutos, permitindo agilidade expressiva no faturamento das empresas associadas e no abastecimento dos canais de distribuição. Com a internet, obteve-se mais segurança, possibilitando a atualização frequente da base de dados", relata Antônio Emídio.

Atuação

Atualmente, a maior parte das associadas é do segmento Farmacêutico, formado pelas indústrias de medicamentos para saúde humana e equipamentos médicos/hospitalares. No total, são 76 empresas representando quase 90% do mercado brasileiro, que atendem os canais de distribuidores/atacadistas, distribuidores hospitalares, redes de farmácias, farmácias e drogarias, hospitais e clínicas privados, órgãos públicos municipais, estaduais e federais, entre outros.

No segmento Cosmético estão as indústrias de beleza e higiene pessoal com 18 empresas, mas com uma aderência quase total dos clientes do segmento Farmacêutico.

O segmento Agroveterinário é formado pelas indústrias de medica-



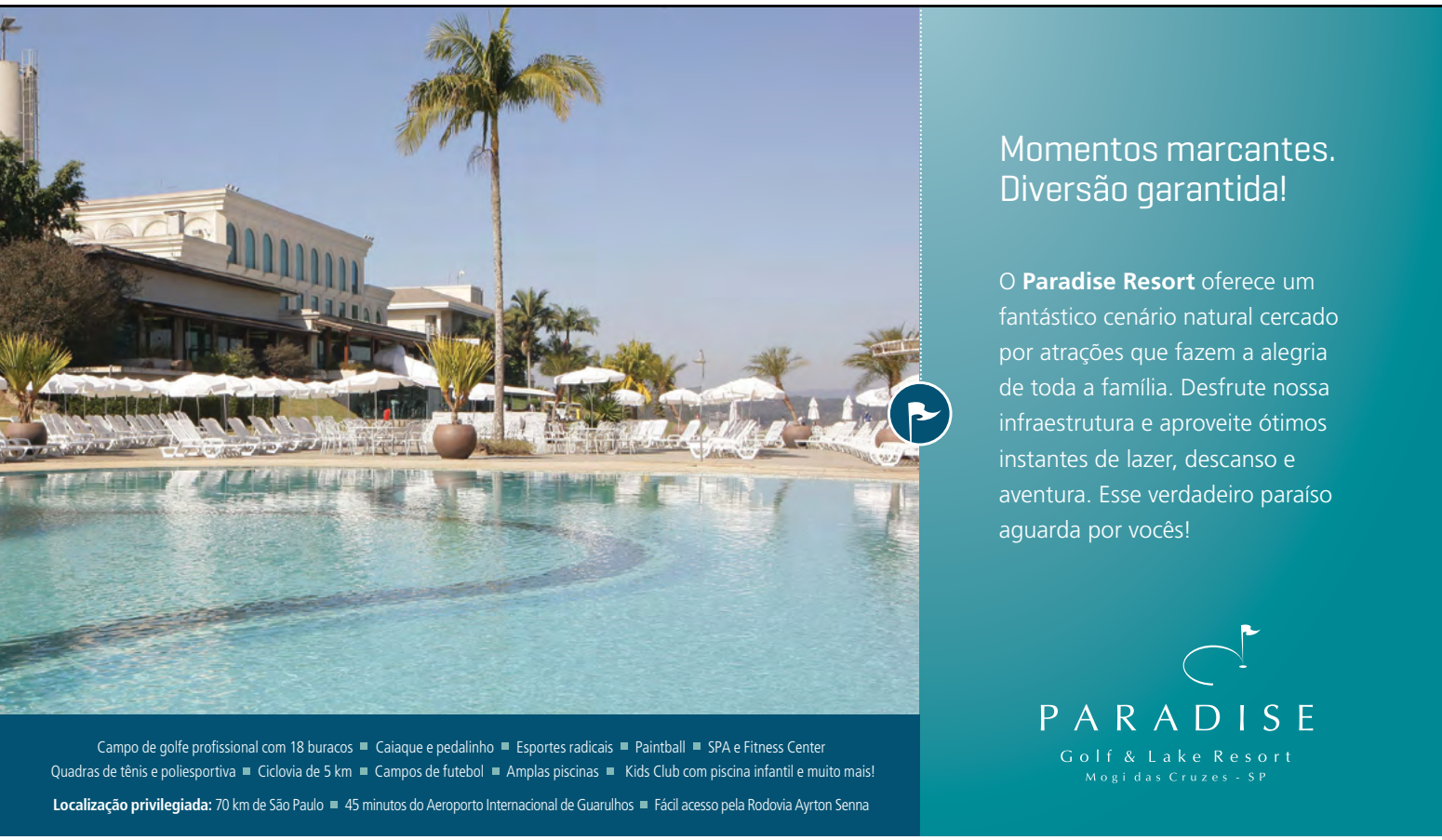
mentos para saúde animal, nutrição animal, fertilizantes. “Este segmento possui uma venda muito pulverizada e é muito carente de boas informações para suporte de gestão de risco de crédito. São 28 empresas participantes que atendem os canais de produtores rurais, cooperativas, supermercados, casas de agricultura, premix, entre outros”, explica o presidente.

As associadas contam com um banco de dados atualizado para consultas online. Além disso, a entidade oferece ao grupo de relacionamento das associadas diversos cursos técnicos e comportamentais, palestras e workshops, que são realizados ao longo do ano, para aperfeiçoar e/ou reciclar conhecimentos e melhorar a capacitação profissional nas áreas de: Gestão de Risco de Crédito; Cobrança de Inadimplentes; Análise de Balanços e das Demonstrações de Fluxo de Caixa; Matemática Financeira; Licitações; Negociação; Liderança; Administração do Tempo e Comunicação Interna na organização.

Novo site

Para continuar a prover soluções que ofereçam e agilizem a tomada de decisão na gestão de risco de crédito, a Credinfar vem trabalhando diversos projetos. Um deles é o desenvolvimento do novo site, implementado em agosto passado, para facilitar o acesso por meio de ferramentas modernas, como tablets e smartphones. Outra iniciativa importante está relacionada ao aprimoramento do Relatório de Análise das Demonstrações de Fluxos de Caixa, uma importante ferramenta de análise de crédito para os analistas e gestores de crédito das empresas associadas. A Credinfar também implementou o detalhamento das principais variações mensais dos índices de inadimplência da associada e do mercado de atuação da entidade.

“Durante todo o ano de 2013, o índice de inadimplência da indústria farmacêutica brasileira manteve-se alinhado ao do ano anterior, entretanto, quando se encerrou esse período ficou em 13,5% ante 15,8% de 2012, representando uma queda de 2,3%. O grande desafio atual é a gestão do risco de crédito, e o sucesso nessa área depende da adoção de uma cultura de risco nas empresas e do emprego de ferramentas adequadas. Nesse sentido, a Credinfar tem oferecido uma contribuição muito significativa”, analisa Antônio Emídio. UP



VOLTAR SUMÁRIO

LIDERANÇA MANTIDA COM FOCO EM INOVAÇÃO, QUALIDADE E SEGURANÇA DE PRODUTOS

Com uma forte atuação na área de Oftalmologia, o laboratório Allergan vem crescendo no Brasil ano a ano, mantendo um amplo portfólio de produtos voltado a atender diversas especialidades.

Globalmente, a empresa emprega 11.700 funcionários e, no País, 543 funcionários (dados de dezembro de 2013). O laboratório também mantém uma fábrica em Guarulhos, na Grande São Paulo, responsável pelo fornecimento dos produtos da empresa para toda a América Latina. A companhia conta ainda com fábricas em vários países do mundo, e grandes centros de pesquisa e desenvolvimento na Europa e Estados unidos.

Em 2013, a companhia atingiu venda líquida global de U$ 6,2 bilhões. Já na América Latina, a Allergan também vem fortalecendo sua participação. O Brasil, por exemplo, é o protagonista da região, contribuindo com mais da metade das receitas prescritas hoje.

Nesta entrevista exclusiva à Revista UPpharma, Antonio Nasser, Vice-Presidente da área de Oftalmologia da Allergan, fala um pouco dos desafios da função, que ele assumiu há dois anos, e dos esforços para manter a liderança da Farmacêutica nas linhas de prescrição.



Antonio Nasser

Revista UPpharma - Conte-nos um pouco sobre sua trajetória profissional

Antonio Nasser - Iniciei minha trajetória profissional na indústria farmacêutica há mais de 20 anos, na área de comercial. Após ocupar cargos de direção na Roche Diagnóstica e Johnson & Johnson, me juntei à Allergan em 2006 como Vice-Presidente LatAm para Neurociências. Em 2012, assumi a Vice-Presidência na área de Oftalmologia. Este foi um passo profissional importante, pois o segmento é responsável por mais de 55% das vendas da empresa. Sou formado em Administração de Empresas pela FEA/USP, mestrando pela mesma instituição e com MBA em marketing e negócios internacionais.

Quais são os desafios da função?

Acredito que hoje temos dois grandes desafios em relação ao negócio: manter a liderança nas linhas de prescrição, frente a novos e consolidados concorrentes, além de desenvolver o segmento de procedimentos em oftalmologia. Neste último, a Allergan tem investido consistentemente em pesquisa e desenvolvimento, visando garantir o fluxo de novos produtos. Com estas novas tecnologias, médicos e pacientes poderão obter mais eficácia, conforto e adesão aos tratamentos.

Quais são suas expectativas para este segmento para os próximos anos?

O segmento deve continuar em expansão; a população tem cada vez mais acesso à informação e busca ativamente por soluções que melhorem

sua qualidade de vida. A indústria de pesquisa segue na mesma direção, preocupada por oferecer mais opções terapêuticas e melhores serviços aos seus clientes. E a comunidade médica aperfeiçoa-se continuamente, procurando garantir um atendimento de alto nível para a comunidade. Desta forma, o panorama parece ser bastante promissor e desafiador para o segmento.

Qual sua visão sobre a empresa e qual balanço você faz das operações da companhia no Brasil e na América Latina?

De 2005 para cá, triplicamos nossos resultados na América Latina, apesar dos vários contratempos socioeconômicos enfrentados por alguns países. Neste contexto, o Brasil continuou sendo o protagonista na região, contribuindo com mais da metade de nossas receitas. Estes resultados foram construídos por meio de assertivas estratégias mercadológicas aliadas a uma impecável execução. Contamos com robustas e eficientes áreas de suporte, uma fábrica no Brasil que nos dá autonomia e flexibilidade, fornecendo medicamentos para toda América Latina, além de qualificados e experientes times de Marketing e Vendas.

Como é a marca de sua gestão na empresa?

Realmente, não penso em deixar uma marca pessoal de gestão. A Allergan é uma empresa que verdadeiramente vivencia o trabalho em equipe, e todos os colaboradores têm condições para auxiliar a empresa na construção de negócios rentáveis em um ambiente de respeito e profissionalismo. Estou há oito anos em posições de Vice-Presidência na Allergan, e percebo, cada vez mais, que o coletivo suplanta o individual aqui. Todos deixam suas pequenas marcas, e assim o modelo de gestão é construído.

Quais são os principais marcos e conquistas da Allergan no País?

Eu diria que a Allergan é uma empresa que vem crescendo nos últimos anos, mas sem jamais perder sua essência. Temos valores e uma cultura que nos diferenciam como uma empresa ágil, pouco burocrática e que tem como foco surpreender as expectativas de seus clientes. E o cliente responde nos entregando um de seus maiores valores: a confiança. Em oftalmologia, por exemplo, cerca de uma em cada três receitas médicas é de produto Allergan – demonstrando que, mesmo atuando em um segmento altamente competitivo, o cliente reconhece os diferenciais de produtos e serviços prestados.

Quantos produtos compõem hoje o portfólio do laboratório? Quais são os carros-chefe no mercado brasileiro?

A Allergan conta com um vasto portfólio de produtos: medicamentos de prescrição, isentos de prescrição, biológicos e dispositivos médicos. A empresa iniciou sua trajetória com foco na saúde dos olhos, e hoje a Allergan atua em diversas especialidades médicas, incluindo não só a oftalmologia, mas também neurociências, medicina estética, medicina estética dermatológica, estética de mama e urologia. No segmento oftalmológico, a empresa conta com uma linha completa de produtos para o tratamento de diversas enfermidades e condições oculares, tais como glaucoma, olho seco, conjuntivite, alergias e doenças bacterianas; além de produtos voltados ao pré e pós-operatório.

Quais as linhas de produtos oftalmológicos apresentaram maior crescimento e maior número de lançamentos no País no último ano?

Os segmentos de Glaucoma, Olho Seco e Combinações de anti-inflamatório e antibiótico são responsáveis por mais de 60% das nossas vendas no Brasil, sendo os de maior crescimento unitário absoluto. Desta forma, nossos lançamentos se concentram nestas áreas, porém, não deixamos subsegmentos menores sem oferecer soluções adequadas. Assim, a Allergan é a empresa que oferece a maior gama de produtos farmacêuticos voltados à prática do oftalmologista, estreitando ainda mais as relações com estes profissionais.

Como está estruturada a companhia no País?

No mundo, somos 11.700 funcionários e, no Brasil, 543 funcionários (dados de dezembro de 2013). Aqui temos uma fábrica localizada em Guarulhos, que supre o fornecimento de nossos produtos para toda a América Latina. Contamos com fábricas em vários países do mundo, e grandes centros de pesquisa e desenvolvimento na Europa e Estados unidos.

Quantos profissionais no segmento de Oftalmologia compõem a Força de Vendas do laboratório hoje?

Em oftalmologia trabalhamos com aproximadamente 100 profissionais na área comercial, responsáveis pelo marketing, geração de demanda e vendas. Com esta equipe somos capazes de atingir mais de 80% dos oftalmologistas no Brasil, além dos inúmeros pontos de vendas, que são vitais ao negócio. Contamos também com o apoio de uma rede de distribuição dimensionada a garantir a correta horizontalizarão de nossa linha. Porém, eu diria que mais importante que o nosso alcance territorial é a forma de como o fazemos: por meio de ferramentas qualitativas e quantitativas, nossos de-

O laboratório tem investido consistentemente em pesquisa e desenvolvimento, visando garantir o fluxo de novos produtos.

partamentos de Inteligência de Mercado e Efetividade de Força de Vendas tornaram-se indispensáveis às áreas de Marketing, Geração de Demanda e Vendas, garantindo eficiência na alocação dos recursos internos.

Qual a posição da companhia em relação à inovação. O laboratório possui estudos clínicos em andamento globalmente?

Segundo o último ranking criado pela Sector & Sovereign Health, entre as 22 empresas farmacêuticas de maior produtividade em pesquisa e desenvolvimento, a Allergan ocupa a quarta posição, ainda que competindo com tradicionais "big pharmas" e emergentes empresas de biotecnologia. No ano passado, investimos mais de US$ 1 bilhão em pesquisa e desenvolvimento, e, atualmente, estamos financiando mais de 40 estudos de fase 2, 3 ou 4, dos quais 14 são orientados à Oftalmologia.

O laboratório trabalha com parcerias para o desenvolvimento de moléculas?

A maioria das nossas descobertas e programas de desenvolvimento é realizada internamente, o que nos diferencia de outras companhias farmacêuticas. Ao mesmo tempo, exploramos novas oportunidades de mercado e continuamos à procura de parcerias para o desenvolvimento de tecnologias superiores que se tornem um complemento para o nosso modelo de negócio. Em síntese, vemos o propósito da ciência e da inovação de uma só maneira: servem para identificar as necessidades no cuidado da saúde que ainda estão sem solução.

Em média, quantos produtos oftalmológicos o laboratório lança anualmente?

No Brasil lançamos anualmente entre três e cinco produtos oftalmológicos, mas esta faixa pode variar, dependendo do pipeline da empresa e necessidades específicas do mercado. Entretanto, acreditamos que mais importante do que o número de lançamentos, é o impacto proporcionado aos pacientes e à comunidade médica. Neste ano, por exemplo, lançamos o OZURDEX®, terapia que beneficiará médicos e pacientes, impedindo e até revertendo a progressão da perda de visão causada por processos inflamatórios.

Em sua opinião, qual será o caminho do mercado farmacêutico brasileiro?

Acredito que as empresas de pesquisa continuarão ocupando seu espaço no mercado farmacêutico, uma vez que delas surgem as terapias inovadoras e que realmente fazem a diferença para médicos e pacientes. Entretanto, é notório o desenvolvimento da indústria de genéricos e similares, de certa forma impactando na receita e investimentos das primeiras. Em relação ao crescimento do mercado, tenho percebido a opinião de que o segmento farmacêutico aumenta de forma desenfreada no País, como se cada indivíduo passasse a consumir mais medicamentos por simples ações mercadológicas realizadas pelas indústrias e a falta de fiscalização nos pontos de vendas. É possível sim, que parte deste aumento venha de mais consumo na mesma base de pacientes.

Porém, de acordo com nossas análises internas, o crescimento do setor se dá, em maior escala, por meio de novos consumidores que passam a ter mais acesso a saúde. Como exemplo, o Canadá, em várias patologias de similar prevalência e/ou incidência que as apresentadas no Brasil, registra o mesmo consumo de fármacos – ainda que sua população seja menor que 1/5 da população brasileira.

A dedução é óbvia, e vai desde acesso à informação até a políticas públicas de saúde. Por outro lado, justifica o crescimento do setor e aponta para um futuro bastante promissor.

Quais as expectativas da empresa para o Brasil e principais desafios?

A Allergan acredita e investe no Brasil, que hoje está entre os cinco maiores países para a empresa em faturamento. Esta posição de destaque faz com que investimentos sejam realizados e a capacidade e qualidade fabril sejam ampliadas, gerando boas expectativas de negócio e a consequente continuidade nos investimentos.

Gostaria de deixar uma mensagem final?

É sempre um prazer poder dividir as experiências da Allergan com os leitores da UPpharma. É minha obrigação reforçar que "Nossa Busca. Potencial de vida" não é só um lema, é o princípio que seguimos na Allergan a cada dia. Isso nos motiva, inspira e nos mantém concentrados no que é importante: a busca pelos mais altos níveis de qualidade e segurança de nossos produtos, que farão a diferença na vida das pessoas. UP

VOLTAR SUMÁRIO

TREINAMENTO PARA A ÁREA MÉDICA

André Reis

Há uma excelente oportunidade para que a área de treinamento comece a pensar, de forma estratégica e formalizada, a integração mais rápida dos médicos assessores nas Farmacêuticas.

Toda indústria farmacêutica bem estruturada necessita ter uma assessoria médica competente e alinhada aos objetivos comerciais. Em geral, nos grandes laboratórios, essa área possui status de diretoria e também pode abranger outros departamentos, como Regulatório, Farmacovigilância e SAC. Seu quadro de pessoal é composto, na sua maioria, por médicos especialistas, que se sentem atraídos pela alta remuneração e benefícios agressivos oferecidos pela indústria. Outra vantagem é que a IF tampouco exige dedicação exclusiva. Isso quer dizer que ao trabalhar, por exemplo, 20 horas por semana para a IF, o médico assessor pode manter a clínica ou realizar plantões. No entanto, a respeito do planejamento de treinamento do laboratório, enquanto o representante neófito tem à sua disposição o curso introdutório ou o curso de novos, quem ministra aulas específicas para o novo médico?

É fato que não há, mesmo em grande parte das dez maiores indústrias, além da leitura do job description, nenhuma iniciativa formal de treinamento para o novo médico assessor. Assim, ele inicia suas atividades sem conhecimento teórico detalhado a respeito de suas novas atribuições, que, naturalmente, serão bem diferentes daquelas relativas ao seu dia a dia profissional habitual, em que seus desafios estavam direcionados para a melhoria da qualidade de vida dos pacientes.

Portanto, ocorre um choque de adaptação à rotina burocrática, que será mais facilmente resolvido, caso um Gerente de Produto, ou Gerente de Treinamento, tenha interesse e disponibilidade necessários para lhe mostrar os conceitos e ferramentas de análise de mercado utilizados amiúde pelo marketing.

Do ponto de vista do marketing, é fundamental que o médico compreenda a importância de pelo menos dois conceitos: posicionamento do produto e definição de mercado por classe terapêutica. Conhecendo a história do lançamento do produto, a campanha promocional e os principais competidores, o médico terá maior facilidade em realizar as pesquisas de características e benefícios de produtos nos estudos clínicos.

A partir desse entendimento, pode-se então evoluir para as análises de mercado, envolvendo aulas sobre as ferramentas de demanda PDV e receituário, como demonstração prática da efetividade do posicionamento do produto. Afinal, quem consegue entender sozinho o significado das siglas basais IMS, PMB, MDTR, MAT, YTD, TRIM, CLOSE-UP, AUDIT e CAT 1 a 5?

Porém, todo esse aprendizado também pode ocorrer concomitantemente à saída do médico ao campo para observar a propaganda na prática, e assim obter mais subsídios para assessoria ao GP. Porém, na prática, o que se observa é que são poucos os médicos que saem a campo para verificar o andamento da campanha na rua, muitas vezes, também porque estão sobremaneira ocupados com tarefas burocráticas ou viajando para eventos.

Outra questão interessante é que como poucos médicos permanecem até três ou cinco anos trabalhando para a IF, haveria uma demanda constante para capacitação desses novos profissionais nos assuntos do marketing farmacêutico. Por conseguinte, há uma excelente oportunidade para que a área de treinamento comece a pensar, de forma estratégica e formalizada, a integração mais rápida entre médicos assessores com os GPs e equipe de campo. UP

André Reis é Diretor da Repfarma e Autor do livro *Fundamentos da propaganda médica.*
E-mail: andre@repfarma.com

VOLTAR SUMÁRIO

LEIA MAIS SOBRE ESTE ASSUNTO NO
UP Hot Site
up149
WWW.SNIFBRASIL.COM.BR



NÃO EXISTE MILAGRE

Isabel Fomm de Vasconcellos

Todo mundo – ou quase – quer emagrecer. Todo mundo está cansado de saber que a causa da epidemia de obesidade que o planeta enfrenta hoje é também uma combinação de fatores da vida moderna: passa-se a maior parte do tempo sentado, a oferta de alimentos é de uma fartura que a história não registrou semelhante anteriormente e, portanto, a combinação de vida sedentária com alimentação abundante (e nem sempre saudável) acaba por resultar em sobrepeso e obesidade. O mais sério é que essa "síndrome" acomete também as crianças, e parece que criança obesa é igual a adulto muito obeso...

Por que existem gordos que comem pouco e magros que comem muito?

O Prof.Dr. Alfredo Halpern, pioneiro no estudo da obesidade como doença no Brasil, afirma que esse binômio do parágrafo acima não responde completamente a questão. Há pessoas, segundo ele, que fazem atividade física e comem pouco e engordam, assim como há pessoas que comem muito, são sedentárias e não engordam... Difícil, hein?

No entanto, a dura verdade permanece: se você ingere mais calorias do que gasta, engorda. A diferença é que existe quem tenha maior e quem tenha menor tendência para acumular o excesso da ingestão de calorias (comida, como diz o doutor, porque não se come calorias...) na forma de gordura. Ainda segundo o doutor, existem também aqueles cuja tendência para a obesidade repousa em uma maior dificuldade de queimar calorias "de gordura".

Aqueles a quem o Dr. Alfredo chama, brincando, de "magros de ruim", que podem comer um pouco a mais, e acumulam esse excesso em forma de músculo, por exemplo. No entanto, a impressão que se tem é que esses comilões magros são mesmo uma minoria.

Seja qual for o seu caso, o fato é que o único jeito de emagrecer é ingerindo menos calorias do que gastamos. Ou gastando mais do que ingerimos.

Não é difícil perceber que isso exigirá uma mudança de hábitos de vida.

("Pronto! Lá vem a chata da Isabel falando em mudança de hábitos, como se isso fosse fácil!" – você pode estar pensando). Não é fácil, eu sei.

Dieta não é tratamento

O grande problema das pessoas que passam a vida tentando emagrecer é acreditar que, fazendo uma determinada dieta, tomando um determinado medicamento e até caprichando

O grande problema das pessoas que passam a vida tentando emagrecer é acreditar que, fazendo uma determinada dieta ou tomando um determinado medicamento, emagrecerão.

na malhação, elas emagrecerão para sempre. Tudo isso pode emagrecer. Mas, assim que você terminar a dieta, parar com o medicamento ou diminuir a atividade física... Lamento dizer, mas você vai engordar tudo outra vez.

No entanto, a tendência é pensar que não; é pensar que a dieta é igual ao tratamento de uma doença qualquer. Você tem pneumonia, por exemplo: trata e sara. Cura. Acabou.

Emagrecer e ficar magro não acontecem dessa forma. Depende de uma combinação de fatores, assim como a obesidade é uma combinação de fatores, não é?

Então a única solução é mesmo mudar os hábitos de vida para sempre, se quiser permanecer magro para sempre. Para isso, você precisa do médico. Ele vai orientar você e, se preciso, receitar algum medicamento que o ajudará a dar um "start" no emagrecimento. E, acredite, não existe nada mais gratificante para um candidato a ex-obeso, do que ver a roupa "sambando" no corpo.

Por que emagrecer?

Além de gratificante, pelo aspecto estético, ainda é maravilhoso para a sua saúde. Diminui a hipertensão, o diabetes, a apneia do sono, os problemas articulares, benefícios esses já comprovados há muito. Um novo estudo, porém, que pode ser encontrado na publicação científica *Lancet*, mostrou que a obesidade aumenta os riscos de dez tipos de câncer. Por exemplo, 62% de aumento de risco para o câncer de útero, 25% para os rins e 9% para tireoide e leucemia, possuindo ainda influência sobre o risco de câncer colo retal, fígado, ovários e mamas. A publicação afirma também que a obesidade foi responsável por mais de 12 mil casos de câncer por ano, no Reino Unido.

Preconceito

Se os riscos para a saúde não são suficientes para convencer alguém a sair do sobrepeso ou da obesidade, a intolerância social aos obesos talvez seja. Malvistos no shopping, no trabalho, no clube, no avião etc., sofrem ainda o preconceito que cerca a obesidade, aquela ideia de que o obeso é responsável por sua condição, que não tem força de vontade, que é uma pessoa sem agilidade e com baixa disposição.

Um obeso não é nada disso. Ele é apenas vítima dos seus genes, do seu metabolismo e de seus hábitos. Muito embora, como já visto, existem aqueles que têm esses mesmos hábitos e –felizardos? —não engordam.

O que pode ajudar a mudança de hábitos

- Uma atividade física regular e, principalmente, prazerosa pode ajudar muito. Os hormônios liberados pelo prazer ajudam a diminuir o apetite pela comida. A mesma coisa com o sexo bem feito.

- As compras de supermercado que priorizem alimentos de baixa caloria, saladas (ficam deliciosas com molhos também de baixas calorias), frutas, carnes magras etc. É perfeitamente possível gostar de alimentos menos calóricos e se habituar a eles.

- Acostumar-se (como eu já disse no artigo sobre o coração) a deixar de lado o carro e caminhar até a padaria, por exemplo, ou estacionar mais longe do seu destino. Ou seja, aproveitar toda e qualquer oportunidade de caminhar, de subir e/ou descer escadas. Pode não parecer, mas tudo isso queima calorias.

- O seu médico pode receitar algum medicamento para ajudar, mas será por algum tempo. Os medicamentos ajudam na mudança de hábitos. Sibutramina ou bupropiona podem diminuir o seu apetite, ajudando a comer menos. Comendo menos, você verá que, depois de algumas semanas, já não consegue (e nem quer) comer a quantidade que comia antes.

OBS: Existem centenas de "medicamentos" oferecidos diariamente nas TVs e na internet que prometem o sonho de todo obeso: emagrecer sem fazer força. É tudo picaretagem. Se existisse (e talvez um dia venha a existir) um medicamento desses ninguém mais seria obeso no mundo. Então não jogue fora seu dinheiro, nem sua esperança (e até a sua saúde), entrando nessa.

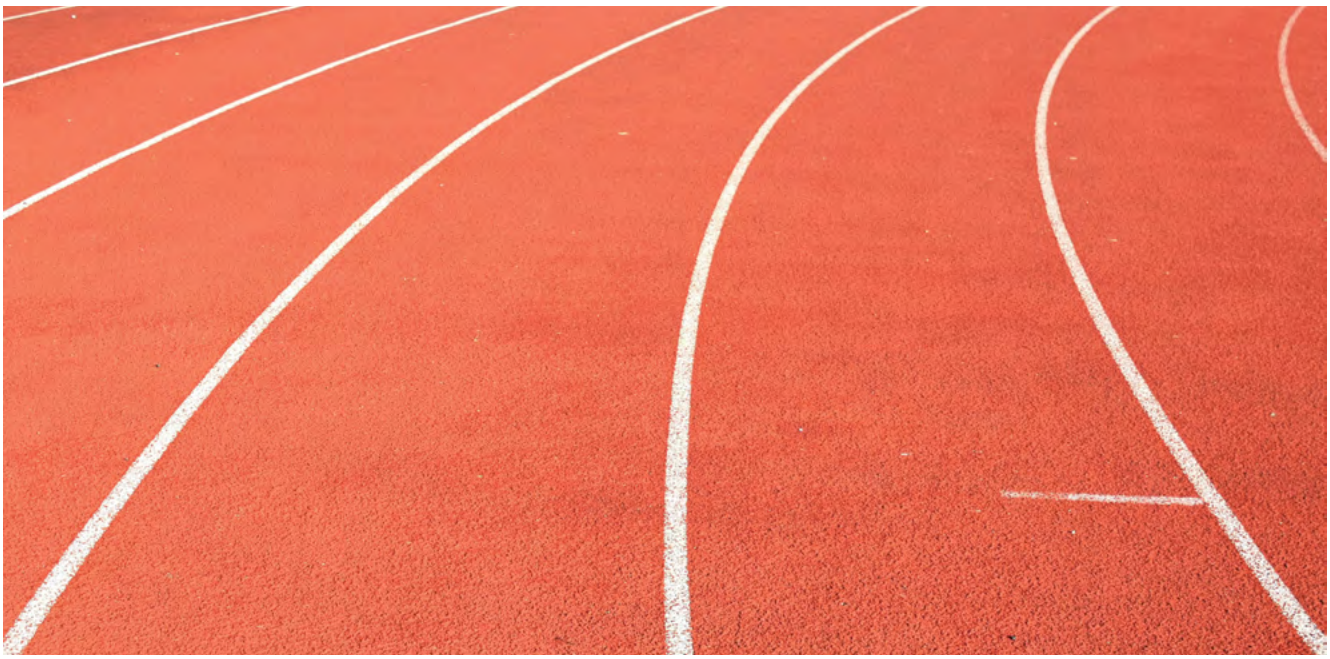
- Para os obesos mórbidos ou pessoas simplesmente muito acima do peso ideal, existem outros recursos, como o orlistat (medicamento que não deixa seu organismo absorver toda a gordura que você consome) ou o balão intragástrico (que proporciona saciedade) e, por fim, o mais drástico: as famosas cirurgias bariátricas.

Mas, mesmo para essas pessoas, a simples mudança de hábitos pode resolver. Experimente. UP

Isabel Fomm de Vasconcellos é Escritora, com 11 livros publicados, Jornalista especializada em saúde e Apresentadora de TV.
E-mail: isabel@isabelvasconcellos.com.br

A COMPETIÇÃO NO MUNDO PROFISSIONAL

Arnaldo Pedace



Quem não tem coragem fica sem motivação para dar os passos importantes e tomar as atitudes cabíveis às mudanças desejadas. Defenda seu sucesso com unhas e dentes.

A competição é apregoada a todo tempo, desde a nossa fase escolar até quando adentramos no mundo corporativo. Na fase escolar, a atividade pedagógica de avaliação é confundida com a promoção. A maioria dos professores vê a competência dos alunos somente pelos aspectos quantitativos, o que os incentiva a perceber apenas o resultado final do processo de aprendizagem. Dessa forma, os profissionais podem, portanto, reproduzir o mesmo comportamento escolar no mundo corporativo.

Você já se arrependeu de ter tomado uma decisão por ter agido por puro impulso? Ou, ao contrário, já se arrependeu de não ter agido de acordo com sua intuição, o que os norte-americanos chamam de "gut feeling"? Apesar de termos evoluído exponencialmente em muitas áreas desde os tempos das cavernas, ainda somos regidos pelos mesmos instintos primitivos de nossos ancestrais que habitavam as cavernas, e isso se reflete de maneira contundente no ambiente corporativo.

Um item indispensável para o nosso sucesso pessoal é a coragem. Na receita da felicidade e de uma vida satisfatória, este ingrediente precisa estar presente. Pois ele é a peça-chave para transformações importantes. E o oposto disso é o medo. Ah, o velho inimigo da abundância do bem, da prosperidade, dos bons relacionamentos, de tudo o que é bom. Porque o medo tem aniquilado a vida de muitas pessoas que se permitem ser acorrentadas por ele.

É o medo da vida, da família, da sociedade, de tanta coisa. Mas o medo de ser infeliz, dificilmente temos. Passamos a vida com aquela vontade enorme de experimentar coisas novas, explorar novos lugares, quem sabe mudar de cidade e começar uma vida nova em outro Estado ou em outro país. Conhecer gente diferente, buscar novos relacionamentos. Quanta coisa a vida tem em seu leque de possibilidades.

Todavia, não tomamos posse de nada disso e vivemos a maior parte de nossos anos em um mesmo contexto morno, choco, sem novidade. Tudo isso porque não temos coragem de ir em busca do melhor, não temos coragem de dar os passos necessários para a construção de uma realidade diferente.

Preferimos abraçar o nosso medo, a nossa insegurança do desconhecido

Por anos as pessoas se aprisionam, de repente, naqueles relacionamentos desgastados, fracassados, mas sem coragem de rompê-los.

e passamos a viver em uma redoma de vidro, chamada zona de conforto. Criamos um holograma que nos parece confortável em princípio e nos conformamos com aquilo, afinal, é melhor ter pouco do que não ter nada. Não é assim que as pessoas pensam? Entretanto, em longo prazo, o resultado é a infelicidade, as doenças, as muitas insatisfações e desgostos.

Você também se agarrou à zona de conforto e fez dela a sua realidade e esconderijo? Por anos as pessoas se aprisionam, de repente, naqueles relacionamentos desgastados, fracassados, mas sem coragem de rompê-los, porque isso implica desafiar o novo e cortar os laços do conforto criado por aquela relação. E quem não tem coragem fica sem motivação para dar os passos importantes e tomar as atitudes cabíveis às mudanças desejadas.

Defenda seu sucesso com unhas e dentes, use seus instintos para vencer. Todos os dias vemos profissionais de todos os níveis agindo não segundo decisões racionais e pensadas, mas por reações impulsivas e inconscientes. São executivos que têm atitudes precipitadas, profissionais que usam estratégias ardilosas por se sentirem ameaçados, gestores que ficam paralisados por medo e ansiedade, funcionários que se sobrecarregam e vergam sob a enorme pressão, e deixam o estresse chegar em níveis insustentáveis, pessoas que tratam os outros com agressividade, descontando neles suas frustrações etc.

O mundo profissional está cada vez mais competitivo. Vivemos em uma verdadeira selva corporativa, na qual todos os dias você precisa lutar muito para crescer na carreira e na profissão.

"O homem se tornará um ser melhor quando mostrardes a ele como ele é". (Anton Tchekhov). UP

Arnaldo Pedace é Gerente de Relações Sindicais Trabalhistas do Sindicato das Indústrias de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sindusfarma).
E-mail: sindusfarma@sindusfarma.org.br

RP

20 anos de atuação com grandes "Cases de Sucesso"



Atuamos com equipes altamente qualificadas!
Aumente seu potencial de mercado

www.rentpower.com.br - Telefone: +55 11 2142-1600 - Rua Cacilda Becker, 102 - Jardim das Acácias - São Paulo - SP - CEP: 04704-060

VOLTAR SUMÁRIO



PROPAGANDA MUDA

Fernando Loaiza

Há mais de 25 anos, no primórdio da minha carreira profissional, tive uma das experiências mais marcantes da minha vida. Nessa época, eu vendia vacinas e fazia a promoção de produtos da especialidade de Pediatria. Sendo assim, tinha de fazer a propaganda dos produtos e vendia os produtos diretamente aos médicos. O médico, por sua vez, era a única forma de atingir a minha cota.

Assim como hoje, naquele tempo, os médicos categoria 1 eram os mais difíceis de acessar, porém, eram também os que mais pacientes tinham. A perda de um médico categoria 1 se convertia em um sério problema para mim.

Eu era um jovem sonhador, disposto a agarrar o mundo com as próprias mãos. Tinha acabado de fazer meu primeiro curso de vendas e me dispus a enfrentar meu novo setor, com um painel de pediatra pronto e uma mala cheia de sonhos. Sempre fui um bom aluno e seguia ao pé da letra o que tinha aprendido. Consegui ganhar a confiança da secretária como salvo conduto para o médico, e depois tinha estudado o produto e a literatura e pensado em todo o aprendizado do curso de vendas.

Estava pronto para conquistar meu setor e, principalmente, o mais importante médico pediatra, o Dr. Cate 1 com grande quantidade de pacientes que podia se beneficiar das vacinas que eu comercializava.

A primeira coisa que fiz naquele dia foi visitar, diretamente, o importante médico. No momento em que entrei, me deparei com uma sala lotada de bebês. Fique feliz ao perceber que os produtos que eu promovia poderiam ajudar tantos pequenininhos. Empolgado e decidido, falei com a secretária. E a resposta foi: “Impossível. Hoje não vai dar não. O doutor está cheio de pacientes. É melhor voltar outro dia”. Tentei não me desanimar e falei para ela que não tinha problema e que eu voltaria mais tarde. Fiz o que todos fazem. Aproveitei o tempo e visitei outros médicos.

JOGOS ABERTOS SINDUSFARMA

DEFINIDOS OS PRIMEIROS CAMPEÕES DA OITAVA EDIÇÃO DOS JOGOS

VIII Jogos Abertos SINDUSFARMA
VIDA SAUDÁVEL É O NOSSO MOVIMENTO SINDUSFARMA

Futebol de Campo

EUROFARMA vence Aché e fica com o ouro!



ACHÉ é Vice-campeã e faz o artilheiro e defesa menos vazada!



Integração

Integração e confraternização marcaram as primeiras finais dos jogos.



Futebol de Campo

Amgen/Bergamo surpreende e chega as finais em sua 1ª participação nos jogos!



Tênis de Mesa

SANOFI faz maior pontuação e vence novamente!





PONTUAÇÃO X EMPRESAS

RANKING	MODALIDADES / EMPRESAS	SOLIDARIEDADE	FUTEBOL DE CAMPO	TÊNIS DE MESA	TOTAL
1º	EUROFARMA	16	16	12	44
2º	SANOFI	5	8	16	29
3º	ACHÉ	6	12	4	22
4º	CRISTÁLIA	12		8	20
5º	BUTANTAN	8	4	6	18
6º	BAYER	4		5	9
7º	AMGEN/BERGAMO		6		6
8º	ASTRAZENECA	2		3	5
8º	THERASKIN		5		5
9º	BAXTER		3		3
9º	BIOLAB	3			3
10º	BOEHRINGER	2			2
10º	BRISTOL		2		2
10º	UCI-FARMA	2			2

MEDALHAS

RANKING	MODALIDADES / Empresas	FUTEBOL DE CAMPO O	FUTEBOL DE CAMPO P	FUTEBOL DE CAMPO B	TÊNIS DE MESA FEM. O	TÊNIS DE MESA FEM. P	TÊNIS DE MESA FEM. B	TÊNIS DE MESA MASC. O	TÊNIS DE MESA MASC. P	TÊNIS DE MESA MASC. B	TOTAL O	TOTAL P	TOTAL B	GERAL
1º	SANOFI			1	2		1	1	1	1	3	1	3	7
2º	EUROFARMA	1				2			1		1	3	0	4
3º	CRISTÁLIA						1	1			1	0	1	2
4º	ACHÉ		1								0	1	0	1
5º	BUTANTAN									1	0	0	1	1

'Os esportes previnem e combatem doenças, melhora a qualidade de vida e torna as pessoas mais dispostas e produtivas'

PATROCÍNIO / APOIO

REALIZAÇÃO SINDUSFARMA

ORGANIZAÇÃO Lugli Sports Mkt

Voltei três vezes naquele consultório sem nenhuma oportunidade. O que consegui foi uma brecha com a secretária, já que tinha levado a ela uma "lembrancinha" em uma das vezes que tinha voltado.

No final da jornada, voltei ao consultório e, mais uma vez, fiquei esperando. A secretária se despediu do último paciente e depois foi me anunciar. Deixou a porta entreaberta e acabei escutando o diálogo. "Doutor, que jornada longa. Agora só há o Sr. Loaiza, um propagandista, e fechamos". Ele respondeu: "Impossível, estou morto!". Foi nesse momento que aquela angelical mulher insistiu, dizendo: "Doutor, prometi a ele que o senhor o atenderia. O garoto tem vindo sempre a sua procura".

O médico aprovou minha entrada. Adentrei à sala nervoso pelo que tinha escutado, confuso com todas as coisas do produto que precisava falar e ansioso por cumprir meu sonho. O médico olhou para mim e antes que eu pudesse começar ele falou: "Não me fale nada. Eu conheço todos os seus produtos, eu os prescrevo". Fiquei paralisado por alguns segundos, não sabia o que fazer, então me lembrei do curso de vendas em que tinha aprendido que saber escutar era a chave para o bom relacionamento. Nesse momento, decidi escutar. Ainda que tivesse a vontade de colocar para fora tudo o que aprendera sobre o produto, repassar a literatura e expor minha propaganda, escolhi escutar, nascendo assim minha primeira Propaganda Muda.

Tirei a literatura da mala, coloquei na minha mão e comecei a sinalizar com a outra sem sequer falar uma só palavra. Imaginem vocês a situação! Depois de alguns segundos, o médico começou a rir e me disse: "Você realmente escutou o que eu falei". A partir desse momento, criamos um excelente relacionamento propagandista-médico, e ele se tornou um dos meus principais clientes e amigo.

Quem tem boa escuta, dá atenção, está interessado em entender a mensagem. Para entender você precisa de conhecimento.

Moral da história: o fundamental na comunicação está em escutar. Só dessa forma chegaremos a um bom relacionamento. Além disso, devemos confiar nas técnicas de vendas, pois a maioria das pessoas tem medo de aplicá-las, e, por essa mesma razão, deixam passar grandes oportunidades.

Um dos principais problemas dos seres humanos é confundir os significados de ouvir e escutar. Como pode alguém ouvir e não escutar?

Ouvir refere-se aos sentidos da audição. A pessoa ouve apenas, mas pode ou não interpretar a comunicação.

Escutar requer mais do que ouvir, ou seja, a pessoa tem de prestar atenção no assunto, entender e perceber o que foi dito, sentir as palavras, memorizar o assunto, opinar, levar em consideração e agir ou não em conformidade.

O ouvido possui três partes principais: o ouvido externo, o ouvido médio e o ouvido interno. O nervo auditivo envia sinais ao cérebro que interpretará como som.

Ouvido Externo

Pavilhão auricular (orelha) – coleta e encaminha o som para dentro do canal auditivo.

Canal auditivo (canal auditivo externo) – direciona o som para o ouvido.

Ouvido Médio

Tímpano (membrana timpânica) – transforma sons em vibrações.

Martelo, bigorna e estribo – esta cadeia de três pequenos ossos (ossículos) transferem as vibrações para o ouvido interno.

Ouvido Interno

Ouvido interno (cóclea) – contém líquido e "células ciliadas" extremamente sensíveis. Esses cílios das células são semelhantes a pelos e movem-se quando estimulados por vibrações sonoras.

Nervo auditivo – envia sinais da cóclea ao cérebro.

Escutar é Entender

Os seres humanos só entendem depois de o cérebro codificar os sinais do ouvido, processando-os e transformando-os em informações. Para isso, a atenção é o ingrediente principal, além do conhecimento.

Para ter sucesso na vida, escutar é a melhor opção. Uma comunicação adequada e sem ruídos requer atenção e bons ouvintes antes de qualquer coisa.

Segundo o neurologista auditivo Seth S. Horowitz, a questão é atenção. Ouvir algo, segundo ele explicou em um artigo, publicado no *New York Times*, é uma ação passiva, consequência do nosso sistema auditivo, que capta involuntariamente os sons a nossa volta em uma reação a estímulos externos, que acontece mais rapidamente do que qualquer outro sentido. Já escutar é uma ação ativa, pois requer foco.

Seth explica*: "Quando você realmente presta atenção em alguma coisa que esteja escutando, seja a sua*

música favorita ou um gato miando na hora da comida, um caminho 'de cima para baixo' separado chega. Aqui, os sinais são transmitidos por meio de um caminho dorsal em seu córtex, parte do cérebro que faz mais cálculos, o que permite a você focar ativamente no que está ouvindo e sintonizar sinais e visões que não são tão imediatamente importantes. Neste caso, seu cérebro funciona como um conjunto de fones de ouvido que suprimem o som, com os caminhos mais ativos durante experiências passivas de 'ouvir', agindo como um botão para interromper se algo mais urgente – digamos, uma turbina de um avião caindo no teto do seu banheiro – atrair a sua atenção."

Já escutar, segundo Seth, é uma habilidade, que pode ser melhorada ou perdida. Perder a capacidade de escutar, no caso, não significa ficar surdo, mas sim ser dominado por aquilo que o autor chama de "distração digital" e "sobrecarga de informações", que estariam "se tornando uma epidemia em um mundo que está trocando conveniência por conteúdo, velocidade por significado".

Quem tem boa escuta, dá atenção, está interessado em entender a mensagem. Para entender você precisa de conhecimento. Meu pai sempre me falava: "Filho, temos dois ouvidos para escutar e uma boca para falar". Quer dizer, escute o dobro do que fala.

As pessoas estão preocupadas em falar, falar e falar, e não param para escutar. Ouvimos sons, porém, escutamos gestos, sensações, emoções e sentimentos. Escutamos com o cérebro, a pele, os olhos, os sentidos.

Quando entendemos que escutar é diferente de ouvir começamos a apurar todos os órgãos para poder escutar, sentir, ver, apalpar emoções e sensações que nos transmitem uma mensagem.

Caros leitores, convido vocês a escutarem e entenderem este mundo, pois a comunicação é cada vez mais difícil. Paradoxalmente, o melhor resultado, em uma comunicação com o médico, que obtive em minha vida profissional foi na minha Propaganda Muda, em que escutei e entendi o que o cliente me falou. Boa sorte a todos! UP

Fernando Loaiza Sotomayor é Presidente dos Laboratórios Bagó Brasil.
E-mail: floaiza@bago.com.br



SUSTENTABILIDADE E VOTO CONSCIENTE

Marcelo Weber e Renata Schott

Lembrando que sustentabilidade está diretamente relacionada com o futuro, este é o momento em que temos em nossas mãos a possibilidade de escolher este futuro para o nosso País.

As eleições que se aproximam nos trazem a oportunidade de mudança. Para isso, precisamos saber mais e conhecer bem sobre como funciona o poder público, quais as responsabilidades de cada cargo, quem são os candidatos e quais são suas propostas.

Aproveitamos esta coluna e as eleições para estimular a reflexão sobre a importância da nossa participação com consciência e conhecimento.

Existe uma pesquisa feita pela Unicamp nos anos eleitorais, o ESEB (Estudo Eleitoral Brasileiro), em que é analisado o grau de envolvimento político do cidadão brasileiro. Descobriu-se que somente 4% dos entrevistados têm um envolvimento significativo com a questão política, ou seja, é bem informado e envolvido com algum aspecto geral da sociedade (associações de bairro, ONGs, grupos de pais etc.), e também ativo em relação à divulgação de seus candidatos ou partidos políticos.

Segundo Humberto Dantas, cientista político e coordenador de ações de educação política, estes resultados são trágicos. Dantas acredita que a valorização do voto cai quando há mais insatisfação e cresce quando há maior satisfação, sendo que, na realidade, o ideal seria o contrário. Estar insatisfeito deveria valorizar ainda mais o voto, para que por meio dele fosse possível mudar alguma coisa.

As eleições neste ano serão para eleger deputado estadual, deputado federal, senador, governador e presidente da República.

A seguir, relembramos as responsabilidades de cada cargo, para incentivar a todos a votar conscientemente. Além de entender melhor as competências inerentes a cada cargo, é imprescindível pesquisar, analisar e comparar os candidatos.

Por mais que pareça trabalhoso, só com informação e reflexão podemos cumprir nosso papel na democracia, e caminhar para um futuro sustentável.

Se não agirmos assim, de nada valerá nossas reclamações posteriores.

Veja informações em sites de órgãos públicos, da imprensa e de ONGs, como Transparência Brasil e Movimento Voto Consciente.

O voto é a forma que temos de mudança!

Presidente da República

Chefe do Poder Executivo Federal.

Compete privativamente ao Presidente da República, entre outras atribuições:

I. Nomear e exonerar os ministros de Estado;

II. Exercer, com o auxílio dos ministros de Estado, a direção superior da administração federal;

III. Iniciar o processo legislativo, na forma e nos casos previstos na Constituição Federal;

IV. Sancionar, promulgar e fazer publicar as leis, bem como expedir decretos e regulamentos para sua fiel execução;

V. Vetar projetos de lei, total ou parcialmente;

VI. Manter relações com Estados estrangeiros;

VII. Celebrar tratados, convenções e atos internacionais;

VIII. Exercer o comando supremo das Forças Armadas;

IX. Declarar a guerra e celebrar a paz;

X. Enviar ao Congresso Nacional o plano plurianual, o projeto de lei de diretrizes orçamentárias e as propostas de orçamento previstos na Constituição Federal;

XI. Editar medidas provisórias com força de lei.

Governador

Chefe do Poder Executivo Estadual.

O Governador deverá residir na Capital do Estado.

Compete privativamente ao Governador, entre outras atribuições:

I. Representar o Estado nas suas relações jurídicas, políticas e administrativas;

II. Exercer, com o auxílio dos Secretários de Estado, a direção superior da administração estadual;

III. Sancionar, promulgar e fazer publicar as leis;

IV. Vetar projetos de lei, total ou parcialmente;

V. Nomear e exonerar livremente os Secretários de Estado;

VI. Nomear e exonerar os dirigentes de autarquias;

VII. Prestar contas da administração do Estado à Assembleia Legislativa;

VIII. Iniciar o processo legislativo;

IX. Indicar diretores de sociedade de economia mista e empresas públicas;

X. Enviar à Assembleia Legislativa projetos de lei relativos ao plano plurianual, diretrizes orçamentárias, orçamento anual, dívida pública e operações de crédito;

XI. Enviar à Assembleia Legislativa projeto de lei sobre o regime de concessão ou permissão de serviços públicos.

O Poder Legislativo é exercido pelo Congresso Nacional, que é composto pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal.

Senador

Representante dos Estados no Poder Legislativo.

Compete privativamente aos Senadores:

I. Processar e julgar o Presidente e o Vice-Presidente da República nos crimes de responsabilidade, bem como os ministros de Estado e os comandantes das Forças Armadas nos crimes da mesma natureza conexos com aqueles;

II. Aprovar previamente, por voto secreto, após arguição pública, a escolha de magistrados, nos casos estabelecidos na Constituição Federal, os ministros do Tribunal de Contas da União indicados pelo Presidente da República, Presidente e diretores do Banco Central etc.;

III. Autorizar operações externas de natureza financeira, de interesse da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

IV. Fixar, por proposta do Presidente da República, limites globais para o montante da dívida consolidada da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

V. Dispor sobre limites globais e condições para as operações de créditos externo e interno da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, de suas autarquias e demais entidades controladas pelo Poder Público federal;

VI. Dispor sobre limites e condições para a concessão de garantia da União em operações de crédito externo e interno;

VII. Suspender a execução, no todo ou em parte, de lei declarada inconstitucional por decisão definitiva do Supremo Tribunal Federal;

VII. Elaborar seu regimento interno.

Deputados Federais

Compete privativamente à Câmara dos Deputados, entre outras atribuições:

I. Autorizar, por dois terços de seus membros, a instauração de processo contra o Presidente e o Vice-Presidente da República e os Ministros de Estado;

II. Proceder à tomada de contas do Presidente da República, quando não apresentadas ao Congresso Nacional dentro de 60 dias após a abertura da sessão legislativa;

III. Elaborar seu regimento interno.

Deputados Estaduais

Compõem as assembleias legislativas das unidades da federação. Os Deputados farão declaração pública de bens, no ato da posse e ao término do mandato.

São suas principais atribuições, entre outras, atuando na Assembleia Legislativa, dispor sobre:

I. Todas as matérias de competência do Estado e, especialmente, sobre: sistema tributário estadual, instituição de impostos, taxas, contribuições de melhoria e contribuição social;

II. Plano plurianual, diretrizes orçamentárias, orçamento anual, operações de crédito, dívida pública e empréstimos externos, a qualquer título, pelo Poder Executivo;

III. Autorização para a alienação de bens imóveis do Estado;

IV. Criação e extinção de Secretarias de Estado e órgãos da administração pública;

V. Bens do domínio do Estado e proteção do patrimônio público;

VI. Organização administrativa, judiciária, do Ministério Público, da Defensoria Pública e da Procuradoria Geral do Estado;

VII. Normas de direito financeiro;

VIII. Tomar e julgar, anualmente, as contas prestadas pela Mesa da Assembleia Legislativa, pelo Governador e pelo Presidente do Tribunal de Justiça, respectivamente do Poder Legislativo, do Poder Executivo e do Poder Judiciário, e apreciar os relatórios sobre a execução dos Planos de Governo;

IX. Sustar os atos normativos do Poder Executivo que exorbitem do poder regulamentar;

X. Fiscalizar e controlar os atos do Poder Executivo, inclusive os da administração descentralizada;

XI. Declarar a perda do mandato do Governador;

XII. Autorizar referendo e convocar plebiscito;

XIII. Apreciar, anualmente, as contas do Tribunal de Contas. UP

Marcelo Weber e **Renata Schott** são, respectivamente, consultor independente e farmacêutica e bioquímica.
E-mails: marcelo.weber68@gmail.com; schott9@gmail.com

VOLTAR SUMÁRIO

AÇÕES JUDICIAIS ENVOLVENDO PATENTES FARMACÊUTICAS

Igor Simões

No Brasil, infringir direitos de propriedade industrial, entre eles, as patentes, é considerado crime, sujeito a pena de detenção e multa.

No Brasil, infringir direitos de propriedade industrial, entre eles, as patentes, é considerado crime, sujeito a pena de detenção e multa. Nos últimos anos, percebemos um aumento das ações judiciais que envolvem patentes farmacêuticas e, consequentemente, ações judiciais questionando a validade dos títulos supostamente violados.

Deve ser observado, entretanto, que pedido de patente ainda pendente no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) não serve para alegar violação de direito. Só é possível instaurar uma ação de infração de patente, como o próprio nome diz, quando o documento é validamente concedido pelo INPI.

O Requerente do pedido de patente "supostamente violado" pode notificar extrajudicialmente terceiros que estejam fazendo uso da matéria descrita no seu pedido de patente e solicitar que as atividades "infratoras" cessem. A notificação extrajudicial poderá servir de prova do conhecimento do titular da patente de que as atividades infratoras já ocorriam antes da data de concessão da patente. De posse da notificação, a parte considerada lesada pode pedir ao INPI que acelere a análise de seu pedido a partir de um rito específico e mais célere.

No caso de patente concedida, o titular pode acionar (civil e/ou criminalmente) o infrator e exigir perdas e danos desde a data da publicação do pedido de patente, dependendo, no entanto, da época em que o infrator começou realmente a explorar tal matéria.

A Lei da Propriedade Industrial 9.279/96 (LPI) estabelece que, comprovada a infração, o cálculo da indenização e os lucros cessantes serão determinados pelo critério mais favorável ao prejudicado, entre os seguintes:

I - Os benefícios que o prejudicado teria auferido se a violação não tivesse ocorrido, ou;

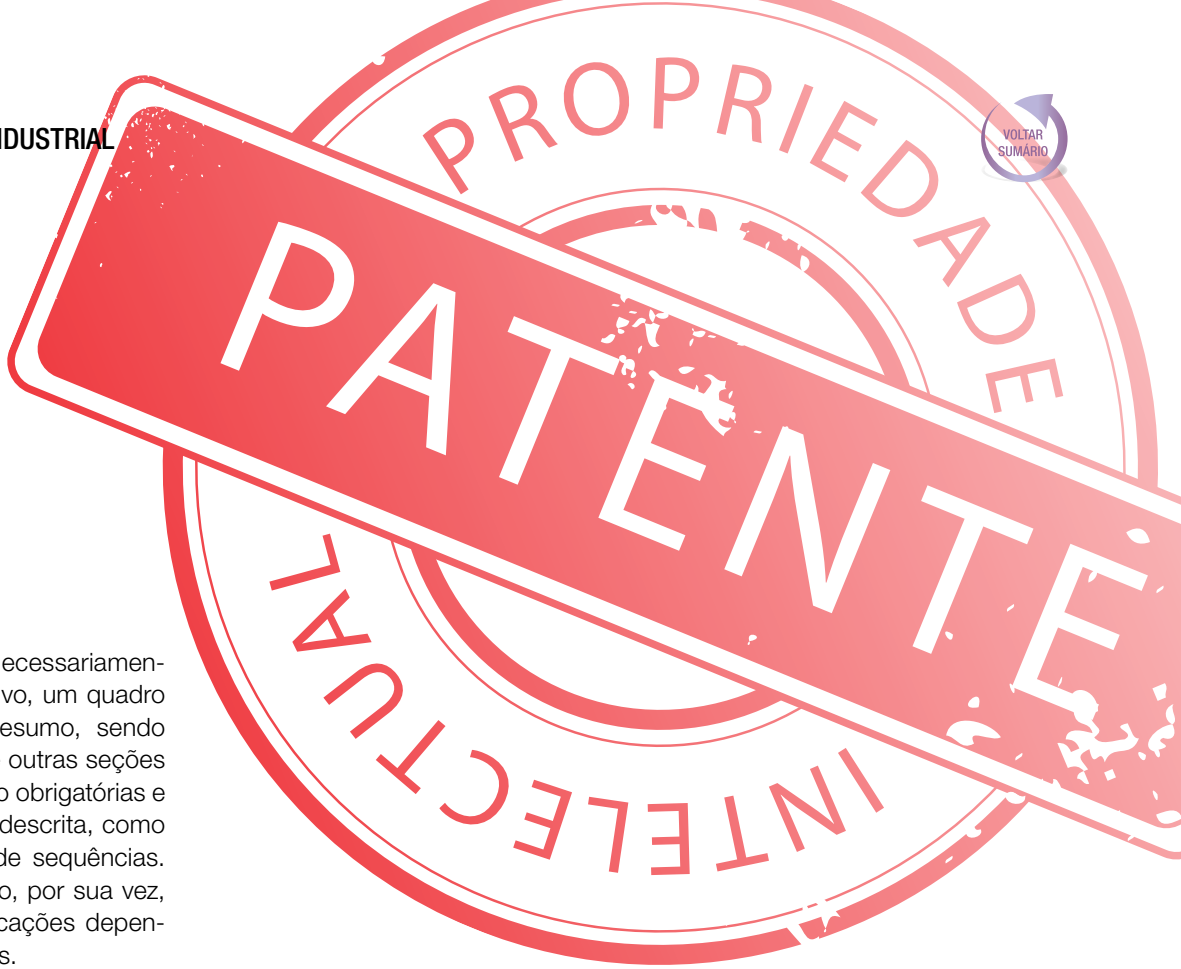
II - Os benefícios que foram auferidos pelo autor da violação do direito, ou;

III - A remuneração que o autor da violação teria pagado ao titular do direito violado pela concessão de uma licença que lhe permitisse legalmente explorar o bem.

Muito mais valiosa do que qualquer indenização, uma acusação de infração pode trazer prejuízos irreparáveis à imagem da empresa acusada de infração. Os clientes e fornecedores podem passar a ver a empresa acusada de infração como não confiável e, no caso de ação judicial pela via criminal, os diretores das empresas ficarão manchados com a acusação de criminosos na referida ação privada que se inicia mediante queixa.

A análise acerca da infração ou não de um documento de patente é feita a partir da comparação do produto ou processo objeto de prova com o quadro reivindicatório da patente supostamente violada. Frise-se que todas as patentes de invenção concedidas

VOLTAR SUMÁRIO



no Brasil possuem, necessariamente, um relatório descritivo, um quadro reivindicatório e um resumo, sendo possível a presença de outras seções na patente, que não são obrigatórias e dependem da matéria descrita, como desenhos e listagem de sequências. O quadro reivindicatório, por sua vez, é formado por reivindicações dependentes e independentes.

Não é necessário que haja violação de todas as reivindicações. A identificação do produto infrator com somente uma das reivindicações de qualquer das patentes é suficiente para que se conclua que houve violação. Como as reivindicações dependentes incluem características de outras reivindicações anteriores que, via de regra, são reivindicações independentes, para que haja violação, é necessário que haja identificação do produto infrator com pelo menos uma das reivindicações independentes.

Da mesma forma, a ação de nulidade poderá ser proposta a qualquer tempo da vigência da patente, pelo INPI ou por qualquer pessoa com legítimo interesse. A nulidade da patente poderá ser arguida, a qualquer tempo, como matéria de defesa. A anulação da patente pode incidir não só em sua totalidade de reivindicações como também em parte delas, isto porque as reivindicações estabelecem e delimitam os direitos do titular da patente.

No Brasil, para que haja concessão de patentes para medicamento ou processo farmacêutico, é necessário que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) dê o aval para tanto. Tal determinação foi prevista na lei 10.196/01, a qual "altera e acresce dispositivos à LPI. Como a Anvisa faz parte, atualmente, do sistema de patentes da área farmacêutica, a jurisprudência majoritária entende que em uma ação de nulidade de patente, esta agência deve ser considerada réu, como ocorre com o INPI, uma vez que o título foi concedido com o seu aval.

Assim, resumidamente, no fim do dia temos: i) uma primeira ação judicial de infração de patentes proposta na justiça estadual; e ii) outra ação judicial na justiça federal, arguindo como matéria de defesa, a invalidade da patente violada, sendo que, nesta última, Anvisa e INPI são réus junto com o titular da patente.

Enfim, tudo isso parece muito confuso, caro e desnecessário, e é! Na grande maioria dos países desenvolvidos e outros emergentes, é a mesma corte quem julga a infração e a validade do título. O problema não é o judiciário, nem o INPI e nem a Anvisa, mas são as normas ultrapassadas que regem nosso País. UP

Nos últimos anos, percebemos um aumento das ações judiciais que envolvem patentes farmacêuticas e, consequentemente, ações judiciais questionando a validade dos títulos supostamente violados.

Igor Simões é Advogado e Engenheiro Químico, especializado em patentes farmacêuticas e Sócio-Diretor na Simões Propriedade Intelectual.
E-mail: isimoes@simoes-ip.com.br

PRESENÇA OBRIGATÓRIA DE FARMACÊUTICOS EM FARMÁCIAS

BENEFÍCIOS PARA A SAÚDE PÚBLICA

Rogério Damasceno Leal

No último dia 8 de agosto, foi sancionada a Lei nº 13.021, que dispõe sobre o exercício e a fiscalização das atividades farmacêuticas, trazendo em seu bojo a obrigatoriedade da presença de um farmacêutico nas dependências das farmácias durante todo o período de seu funcionamento, bem como disciplinando a prestação de serviços de saúde nesses estabelecimentos.

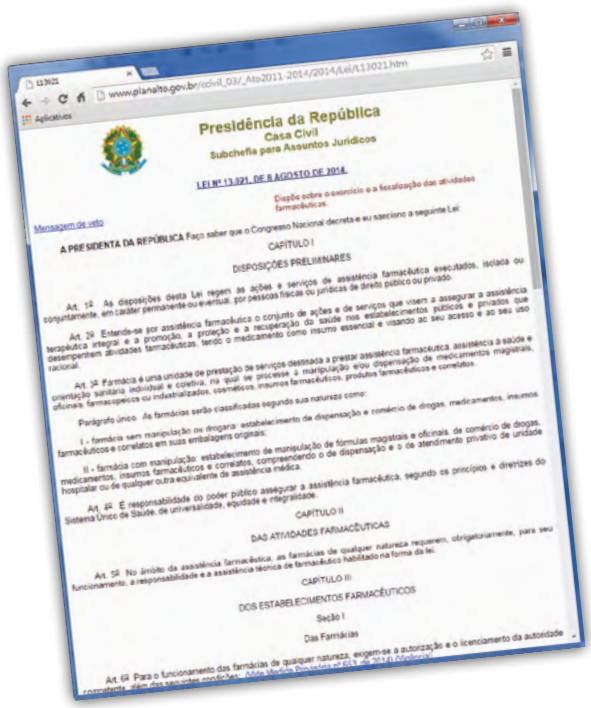
O Projeto de Lei nº 4.385/1994, que se tornou a Lei nº 13.021/2014 "perambulou" durante cerca de 20 anos no Congresso, sofrendo diversas emendas, influenciadas por diferentes interesses, ora aumentando a participação dos farmacêuticos, ora diminuindo; tendo ao final prevalecido a corrente que prestigiou os farmacêuticos.

Anteriormente, a Lei nº 5.991, de 17 de dezembro de 1973, que regula o controle sanitário do comércio de medicamentos, gerou muita polêmica ao permitir que "práticos" de farmácia pudessem se responsabilizar pelas farmácias e drogarias em determinadas circunstâncias, bem como causou uma discussão inicial sobre a qualificação dos responsáveis técnicos em si.

De fato, a antiga norma previa que, caso necessária a existência de farmácia ou drogaria, e *"na falta de farmacêutico", o estabelecimento pudesse ficar "sob a responsabilidade técnica de prático de farmácia, oficial de farmácia ou outro, igualmente inscrito no Conselho Regional de Farmácia"*.

Agora, o farmacêutico ganhou um papel de mmaior protagonismo na assistência à saúde. Dentro da nova normatização, o proprietário da farmácia não poderá desautorizar ou desconsiderar as orientações técnicas emitidas pelo farmacêutico e deverá fornecer-lhe condições adequadas ao perfeito desenvolvimento de suas atividades profissionais.

Por outro lado, o farmacêutico também tem novas responsabilidades, cabendo a ele, no exercício de suas atividades:


Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 13.021, DE 8 AGOSTO DE 2014.

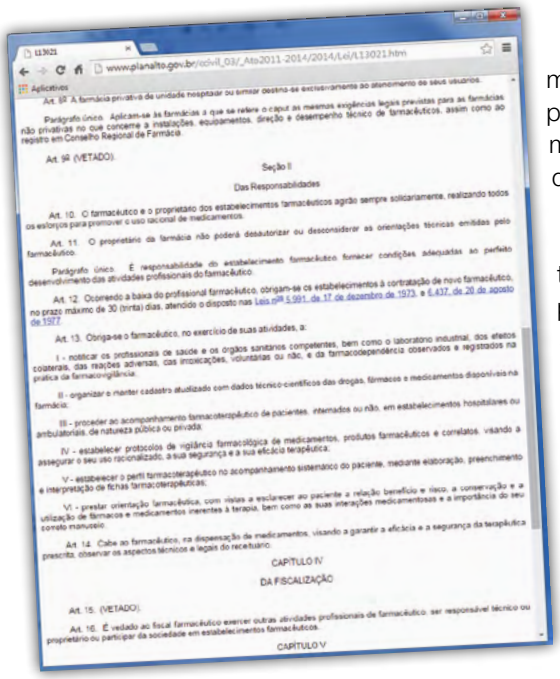
Dispõe sobre o exercício e a fiscalização das atividades farmacêuticas.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Todas as mudanças trazidas pela nova regulamentação são extremamente bem-vindas e, certamente, trarão benefícios à saúde da população mediante a elevação do profissional farmacêutico.



I) Notificar os profissionais de saúde, os órgãos sanitários competentes e o laboratório responsável, dos efeitos colaterais, reações adversas, intoxicações, voluntárias ou não, e da farmacodependência observados e registrados na prática da farmacovigilância;

II) Organizar e manter cadastro atualizado com dados técnico-científicos das drogas, fármacos e medicamentos disponíveis na farmácia;

III) Proceder ao acompanhamento farmacoterapêutico de pacientes, internados ou não, em estabelecimentos hospitalares ou ambulatoriais, de natureza pública ou privada;

IV) Estabelecer protocolos de vigilância farmacológica de medicamentos, produtos farmacêuticos e correlatos, visando a assegurar o seu uso racionalizado, a sua segurança e a sua eficácia terapêutica;

V) Estabelecer o perfil farmacoterapêutico no acompanhamento sistemático do paciente, mediante elaboração, preenchimento e interpretação de fichas farmacoterapêuticas;

VI) Prestar orientação farmacêutica, com vistas a esclarecer ao paciente a relação benefício e risco, a conservação e a utilização de fármacos e medicamentos inerentes à terapia, bem como as suas interações medicamentosas e a importância do seu correto manuseio.

Além disso, o farmacêutico também deverá observar na dispensação de medicamentos os aspectos técnicos e legais do receituário, visando a garantir a eficácia e a segurança da terapêutica prescrita.

Outra polêmica trazida pela Lei nº 5.991/1973 era relacionada ao seu artigo que determinava que as farmácias e drogarias teriam, "obrigatoriamente, a assistência de *"técnico responsável, inscrito no Conselho Regional de Farmácia"*, o que levou à conclusão por algumas pessoas que tais responsáveis poderiam ser técnicos de farmácia e não farmacêuticos.

Essa questão foi definitivamente resolvida agora, uma vez que apenas farmacêuticos podem ser responsáveis técnicos de farmácias e drogarias, devendo estar presentes nos estabelecimentos durante todo o período de seu funcionamento. No caso de baixa do profissional farmacêutico, a qualquer título, as farmácias e drogarias deverão proceder à contratação de novo farmacêutico no prazo máximo de 30 (trinta) dias.

Outra novidade trazida pela nova norma é a nova definição de farmácias. A antiga norma diferenciava a farmácia da drogaria definindo esta como sendo o estabelecimento de comércio de drogas, medicamentos, insumos farmacêuticos e correlatos, compreendendo o de dispensação e o de atendimento privativo de unidade hospitalar ou de qualquer outra equivalente de assistência médica, enquanto a farmácia, além dessas atividades também manipularia fórmulas magistrais e oficinais.

Agora a farmácia é conceituada como sendo uma *"unidade de prestação de serviços destinada a prestar assistência farmacêutica, assistência à saúde e orientação sanitária individual e coletiva, na qual se processe a manipulação e/ou dispensação de medicamentos magistrais, oficinais, farmacopeicos ou industrializados, cosméticos, insumos farmacêuticos, produtos farmacêuticos e correlatos"*, sendo classificadas, conforme sua natureza como "farmácia sem manipulação" ou drogaria e "farmácia com manipulação".

Esse novo conceito representa, de fato, uma inovação, pois amplia as atividades anteriormente permitidas para as farmácias e drogarias.

Conforme a lei, entende-se por assistência farmacêutica *"o conjunto de ações e de serviços que visem a assegurar a assistência terapêutica integral e a promoção, a proteção e a recuperação da saúde nos estabelecimentos públicos e privados que desempenhem atividades farmacêuticas, tendo o medicamento como insumo essencial e visando ao seu acesso e ao seu uso racional"*.

Dentro desse novo escopo, as farmácias e drogarias poderão também dispor de medicamentos, vacinas e soros que atendam o perfil epidemiológico de sua região demográfica, para atendimento imediato à população.

Assim, por exemplo, nas regiões em que a população é afetada por incidentes com cobras, as farmácias poderão ter o soro antiofídico para utilização imediata, entre outros produtos.

Como se vê, todas as mudanças trazidas pela nova regulamentação são extremamente bem-vindas e, certamente, trarão benefícios à saúde da população mediante a elevação do profissional farmacêutico à devida relevância de sua função social. UP

Rogério Damasceno Leal é sócio-fundador da VML Advogados e especialista em Legislação Sanitária.
E-mail: rogerio.leal@vml.com.br

VOLTAR SUMÁRIO

AFINAL, ARTIGOS MUDAM PESSOAS?

Floriano Serra



O conhecimento intelectual e operacional torna as pessoas mais hábeis e competentes, mas o amadurecimento emocional advém das vivências e experiências individuais. São elas que tornam a pessoa mais estruturada.

Vez ou outra, ouço alguém questionando uma matéria lida em algum lugar: *"os artigos desse cara são muito legais, muito bem escritos, mas não conseguem fazer ninguém mudar de comportamento"*.

Ouço, fico quieto, mas não deixo de pensar: *"Graças a Deus que assim é! Se isso fosse possível, quão fácil seria manipular as pessoas por meio de um simples texto..."*

Talvez falte ao autor daquele comentário o conhecimento dos reais objetivos das matérias que lhe chegam às mãos. O que um artigo, um romance, filme ou espetáculo teatral se propõem é, principalmente, estimular o leitor ou espectador a fazer uma reflexão diante das tramas apresentadas.

É essa reflexão, se profunda e sincera, que poderá desencadear em alguém o desejo de repensar suas crenças e conceitos, e a partir daí, decidir mudar de comportamento – até mesmo por uma questão de necessidade para ser mais feliz..

De certa forma, é o mesmo trabalho que faz o psicoterapeuta. Não é ele, por mais competente que seja, que faz o cliente (ou paciente, como diriam os antigos) mudar. Ele apenas sugere outras opções de paradigmas, pensamentos e atitudes, mas, em todo momento, o livre arbítrio do cliente é que decidirá se mudanças efetivas ocorrerão.

O conhecimento intelectual e operacional torna as pessoas mais hábeis e competentes, mas o amadurecimento emocional advém das vivências e experiências individuais. São elas que tornam a pessoa mais estruturada, focada e dona do seu destino.

Portanto, é a mensagem absorvida por meio de textos e espetáculos que pode motivar o leitor ou espectador a conhecer, ou pelo menos tentar, outros comportamentos, estilos de vida e relacionamentos.

Ou seja, não faz nenhum sentido culpar recursos externos pela inexistência de mudanças comportamentais, se a própria pessoa não tiver suficiente humildade para reconhecer que estão dentro dela os muros e as correntes que a impedem de caminhar e crescer. UP

Floriano Serra é Psicólogo, Palestrante, Escritor e Diretor-Executivo da Consultoria Somma4 Gestão de Pessoas.
E-mail: florianoserra@somma4.com.br



Farma-Certo

Relacionamentos Médico / Hospitalar



Farma-Certo mantém com o **universo médico** um relacionamento proativo via telefone para proporcionar ganhos de tempo e qualidade nas informações para os médicos, os hospitais e seus interlocutores.

São hoje mais de **320.000 perfis médicos** atualizados e qualificados em todas as especialidades, 7.800 hospitais, 35.000 clínicas e mais de 110.000 consultórios **para criar relacionamentos com mais foco, qualidade e durabilidade.**

Acesse nosso site para baixar análises das especialidades do seu interesse.

Tel. +55 (11) 3130-7200
Rua Paracatu, 309 grupo 82
Saúde - CEP 04302-020
São Paulo - SP - Brasil

www.farmacerto.com.br

Aumente o tempo de exposição de seus produtos em frente aos médicos.

O SnifDoctor proporciona 10 minutos na frente do médico para vender os seus produtos.



www.snifdoctor.com.br

- Mais de **10 minutos** a cada visita
- Mais de **80.000** assinantes
- Mais de **230.000** visitas por mês

Ligue (11) 5533-5900 e marque uma visita com um de nossos representantes.

SnifDoctor
.com.br

Seu produto por mais tempo perto do médico mais distante e do mais ocupado.

DPM EDITORA

Rua Demóstenes, 967
Campo Belo - São Paulo-SP