

**14 de Agosto**

Dia do Cardiologista

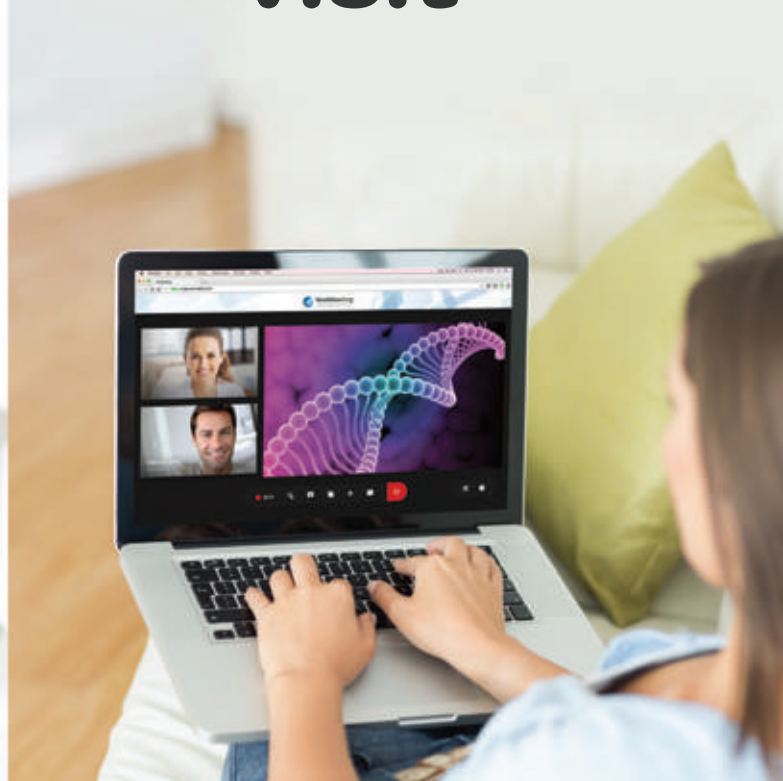
Confira as reportagens com  
Dr. Américo Tângari Jr.  
e Dr. Ricardo Pavanello

S.C. Capelli, da Biolab,  
faz uma homenagem  
aos cardiologistas



**Entrevista**

Luís Tadeu Strongolli,  
Presidente da Torrent



Transmissão ao vivo, via internet, com áudio, vídeo, slides e interatividade para pequenas, médias e grandes plateias.

**WEBMEETING.COM.BR**

Visitação on-line personalizada aos seus clientes, onde quer que estejam, com rapidez, qualidade, segurança e economia.

**WMVISIT.COM**

**ENCURTANDO DISTÂNCIAS**  
ENTRE A INDÚSTRIA FARMA E SEUS PÚBLICOS-ALVO

## 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

## Editores-Assistentes

Madalena Almeida – Mtb 20.572

## Comercial

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

## Direção de arte

Carla Tobal - Tite Propaganda

## Revisão

Adair de Oliveira

## Colaboradores desta Edição

Adolfo Saetini Filho, André Reis, Antonio Carlos Lopes, Arnaldo Pedace, Bruna Rego Lins, Erik Penna, Floriano Serra, Gabriela Caldas Steintraesser, Geraldo Montelero, Gisela Vantine, Helder Kamel, Isabel Vasconcellos, Jair Calixto, Lauro Moretto, Marcelo Weber, Marco Antonio Stephano, Nelson Mussolini, Octávio Nunes, Reinaldo Passadori, Renata Schott, Rogério Damasceno Leal, S.C. Capelli 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

## 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  
Euripedes Fernandes  
Claudio Ribeiro  
Lucas Vieira  
José Luiz Cardoso  
Marcelo Weber  
Renata Schott

# UMA EDIÇÃO FEITA COM O CORAÇÃO

Esta edição comemorativa do Dia do Cardiologista traz entrevistas com médicos reconhecidos pelas suas atuações na área da medicina cardiológica, como uma homenagem especial a estes profissionais que cuidam não somente do coração físico, mas também do emocional de seus pacientes.

Se pensarmos que o coração é o centro das emoções, ser cardiologista exige muito mais do que o conhecimento sobre anatomopatologia. Conhecer cada ser humano como um universo independente e autônomo é imprescindível.

Esta é a visão da maioria dos profissionais da área da medicina: dedicar-se a pesquisar mais sobre simplesmente se funciona ou não o órgão, mas também como ele funciona em cada pessoa.

Agradecemos aos Drs. Ricardo Pavanello e Américo Tângari Jr. pela disposição em participar desta homenagem, que conta com o texto de abertura de S.C. Capelli, profissional da indústria farmacêutica que dedica seus conhecimentos também nesta importante especialidade da saúde.

Nossos agradecimentos estendem-se a Luís Tadeu Strongolli, Presidente da Torrent do Brasil, que em entrevista exclusiva conta um pouco da trajetória da empresa.

Acreditamos ter alcançado as expectativas dos leitores com esta edição que fizemos com o coração.

Sucesso!

Nelson Coelho  
Publisher

# sumário

08

## **Sindusfarma**

Nelson Mussolini faz um balanço sobre o Simpósio Novas Fronteiras Farmacêuticas nas Ciências, Tecnologia, Regulamentação e Sistema de Qualidade.



18

## **Ponto de Vista**

Octávio Nunes discorre sobre a importância de construir uma relação de confiança com os jornalistas, mantendo-os informados e esclarecidos.



32

## **Especial**

### **Dia do Cardiologista**

Sem a participação de todos, não conseguiremos fazer com que os avanços da pesquisa científica saiam da bancada para benefício da população. Dr. Ricardo Pavanello analisa.



10

## **Responsabilidade Social**

Com a crise, somos forçados a pensar novos caminhos, enfim, abdicar da estabilidade para combater a acomodação. Veja artigo de Marcelo Weber e Renata Schott.



20

## **Varejo farmacêutico**

Não basta apenas uma boa ideia para se criar uma empresa de sucesso. É preciso criar parcerias saudáveis. Esse é o tema do artigo de Geraldo Monteiro.



12

## **Treinamento**

Na atual competitividade do mercado não há mais espaço para amadorismo em qualquer tipo de treinamento. André Reis comenta.



22

## **Recursos Humanos**

O que as empresas ganham com mulheres na liderança? Gisele Vantine explica.



24

## **Especial**

### **Dia do Cardiologista**

Em seu artigo, S.C. Capelli faz uma homenagem aos cardiologistas, os guardiões da vida.



13

## **Ciências Farmacêuticas**

Os biobetters podem surgir como uma alternativa aos biossimilares, atendendo às demandas da população que necessita de medicamentos. Confira análise de Lauro Moretto.



26

## **Especial**

### **Dia do Cardiologista**

Os desafios dos cardiologistas diante da primeira causa de morte no Brasil: as doenças cardiovasculares. Veja entrevista com Dr. Américo Tângari Jr.



16

## **Comunicação**

A maioria das pessoas entra nas discussões para mostrar para o outro o quanto a sua verdade é verdadeira. Veja artigo de Yuri Trafane.



38

## **Formação Médica**

A essência da universidade deve ser mantida, jamais corrompida. Antonio Carlos Lopes analisa.



40

**Tecnologia**

Na área de Medicina, a maioria dos aplicativos é voltada ao paciente. Há poucos aplicativos dedicados exclusivamente à classe médica. Leia os comentários de Adolfo Saettini Filho.

54

**Qualidade**

Aspectos gerais para implantar o PAT. Jair Calixto apresenta a última parte de seu artigo.

61

**Opinião**

Em seu artigo, Reinaldo Passadori explica como podemos desenvolver a criatividade em nosso dia a dia.



42

**Mercado**

Pesquisa Exame aponta as melhores e maiores empresas do setor farmacêutico.



57

**Desenvolvimento**

Todas as empresas deveriam oferecer as condições adequadas que favorecessem seus colaboradores a entrar em flow. Saiba mais no artigo de Helder Kamei.



62

**Saúde Feminina**

Apesar dos avanços, perder peso ainda é uma obsessão para a maioria das mulheres. Veja artigo de Isabel Vasconcellos.



44

**Recrutamento e Seleção**

Como é desagradável na vida convivermos com pessoas que têm o hábito de reclamar. Arnaldo Pedace comenta.

58

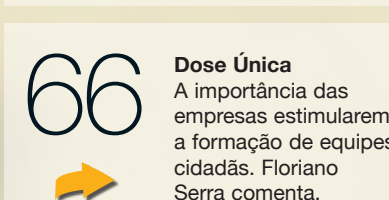
**Coluna Legal**

Recuperação de tributos na importação de insumos e equipamentos para a indústria farmacêutica. Veja as orientações de Dr. Rogério Damasceno Leal.

64

**Gestão**

Quatro pilares para alcançar uma gestão de excelência. Erik Penna discorre sobre a importância da liderança.



46

**Entrevista**

Luís Tadeu Strongolli, Presidente da Torrent, revela os planos da companhia para os próximos anos.

60

**Propriedade Industrial**

A importância de ter um profissional especializado quando se deposita o registro de uma marca. Esse é o tema do artigo de Bruna Rego Lins.

66

**Dose Única**

A importância das empresas estimularem a formação de equipes cidadãs. Floriano Serra comenta.



# Nós



Nossa homenagem ao





# você

Dia do Cardiologista.

Nelson Mussolini

# Alargando horizontes

Nos dois dias de trabalho, os 16 especialistas brasileiros e internacionais apresentaram as novidades em áreas de ponta da fabricação de medicamentos.

O Simpósio Novas Fronteiras Farmacêuticas nas Ciências, Tecnologia, Regulamentação e Sistema de Qualidade, que o Sindusfarma realizou em Brasília, no fim de junho, cumpriu sua finalidade de disseminar as fronteiras do conhecimento.

Em sua quarta edição, o encontro apresentou aos gestores e técnicos do Governo, especialistas das áreas farmacêutica e da saúde e executivos e profissionais da indústria os avanços recentes nas tecnologias e normas regulatórias de produção e desenvolvimento de medicamentos com uma visão global.

Foi especialmente gratificante ouvir o depoimento do diretor da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Renato Porto, sobre o evento, organizado em parceria com a International Pharmaceutical Federation (FIP) e o apoio da Anvisa.

"Temos a responsabilidade de dar qualidade para a vida do cidadão; e esta parceria entre a Anvisa e o Sindusfarma é absolutamente importante para o desenvolvimento científico do País", afirmou Porto, ao definir a contribuição do Simpósio para o futuro da indústria farmacêutica e do complexo produtivo da saúde no Brasil.

Nos dois dias de trabalho, os 16 especialistas brasileiros e internacionais,

vindos dos Estados Unidos, da França, Inglaterra e outros países, apresentaram as novidades em áreas de ponta da fabricação de medicamentos, como biotecnologia, desenvolvimento e produção de anticorpos monoclonais, espectrometria de massa e ensaios clínicos. As experiências das principais agências reguladoras do mundo – a norte-americana Food and Drug Administration (FDA) e a europeia EMA – também foram expostas e debatidas. Acadêmicos e profissionais que atuaram nesses organismos abordaram o papel da regulação de medicamentos no avanço da inovação e as melhores práticas de farmacovigilância, entre outros temas.

Aspectos fundamentais dos processos de teste, produção e registro de medicamentos constaram na programação: bioequivalência, absorção de fármacos, validação, sistema de classificação de fabricação e submissão eletrônica de registro.

O público de quase 300 pessoas que acompanhou as palestras pôde, no caso dos técnicos da Anvisa, aprimorar sua formação específica na área farmacêutica e, no caso dos profissionais da indústria, trocar experiências valiosas para o aprimoramento de processos produtivos e a tomada de decisões estratégicas em suas empresas.

Como disse o representante da FIP, Igor Linhares, o intercâmbio de experiências foi um dos pontos altos do Simpósio. "As trocas que ocorrem em encontros como este são importantes para que o Brasil possa se tornar um player realmente importante no mercado".

De fato, este grande evento promoveu uma forte integração entre as empresas e a Anvisa. E, mais do que isso, alargou os horizontes de todos.

Nestes quatro anos, o Simpósio Novas Fronteiras Farmacêuticas tem tido êxito nessa missão.

Ao compartilhar com gestores e profissionais da agência reguladora e da indústria as inovações recentes do setor, o encontro contribuiu para que estes acumulem massa crítica, ganhem a musculatura necessária para fazer com que, pela crescente qualidade e competitividade de seus produtos, os laboratórios instalados no Brasil ocupem uma posição cada vez mais relevante no cenário farmacêutico global. 



.....  
Nelson Mussolini é Presidente-Executivo do Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sindusfarma) e membro do Conselho Nacional de Saúde.  
E-mail: [sindusfarma@sindusfarma.org.br](mailto:sindusfarma@sindusfarma.org.br)

# RUNNING

## SOFISTICADO É SER SIMPLES

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

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

**TRACKING** SEGMENTAÇÃO  
**Repositório**  
CAMPANHAS VAs

**PESQUISA** AVALIAÇÕES  
**Provas** QUIZZ  
QUESTIONÁRIOS

### 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

### TREINAMENTO E COACHING

- Avaliação do Conhecimento da FV
- Gestão de aulas e e-learning
- Análise e evolução de competências

**MAIS DE 8500**  
**USUÁRIOS MOBILE**

**MAIS DE**  
**70 CLIENTES**

**INOVAÇÃO**  
E CONVERGÊNCIA

**TODAS AS ATIVIDADES DA FV**  
**EM UM SO APP**

**HELPDESK TRILÍNGUE**  
**HOSPEDAGEM NA NUVEM**  
LOGÍSTICA DE HARDWARE

**100% OFFLINE** **GPS INTELIGENTE**  
**NAVEGABILIDADE DE REDES SOCIAIS**  
COMANDO DE VOZ **ENGAJAMENTO**

**VISITA COM 3 CLIQUES**  
**INDICADORES DE PERFORMANCE**  
VALIDAÇÃO CFM E CEP

#### RUNNING - São Paulo

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

#### RUNNING - Rio de Janeiro

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

#### SITES DE PRODUTOS:

[www.salesfarma.com.br](http://www.salesfarma.com.br)  
[www.salesdriver.com.br](http://www.salesdriver.com.br)  
[www.runningtrade.com.br](http://www.runningtrade.com.br)

#### e-mail:

[atendimento@running.com.br](mailto:atendimento@running.com.br)

#### LinkedIn:

[/Running Solutions Consultoria](https://www.linkedin.com/company/running-solutions-consultoria)

[www.running.com.br](http://www.running.com.br)

Marcelo Weber e Renata Schott

# Em tempos de crise, crie!

Pelo desconforto da situação atual, somos forçados a pensar novos caminhos, gerar novas ideias, renovar, enfim, abdicar da estabilidade para combater a acomodação.

Todos os dias, lemos nos jornais, assistimos na televisão, conversamos com amigos e conhecidos sobre as crises que tanto afligem a todos e tudo. Crise ética, crise econômica, crise ambiental etc. Podemos nos sentir paralisados, ou por outro lado, perceber que nestes momentos é que surgem as oportunidades para conseguirmos realizar mudanças efetivas, alterar padrões, quebrar paradigmas.

Pelo desconforto da situação atual, somos forçados a pensar novos caminhos, gerar novas ideias, renovar, enfim, abdicar da estabilidade para combater a acomodação.

Otimismo é o caminho na resolução de problemas, e também um aprendizado pela vivência em ambiente desfavorável.

É a oportunidade para qualquer indivíduo oferecer um novo valor, desenvolver talentos adormecidos e gerar vantagem competitiva e ganho econômico. Renascer da crise em vez de afundar nela.

As empresas têm um papel crucial neste processo. Podem motivar seus colaboradores a iniciarem esta jornada de mudanças, criando um local favorável à geração de ideias, onde exista liberdade e as pessoas se sintam confortáveis para expressarem seus pensamentos, sendo valorizadas pelas contribuições e reconhecidas pelos resultados alcançados em um ambiente renovado.

O desafio está em construir este ambiente de maneira organizada e sistemática, para que realmente gere modificações e seja possível implementar na prática a inovação necessária

para resultados positivos e maior competitividade.

## Ter como objetivos:

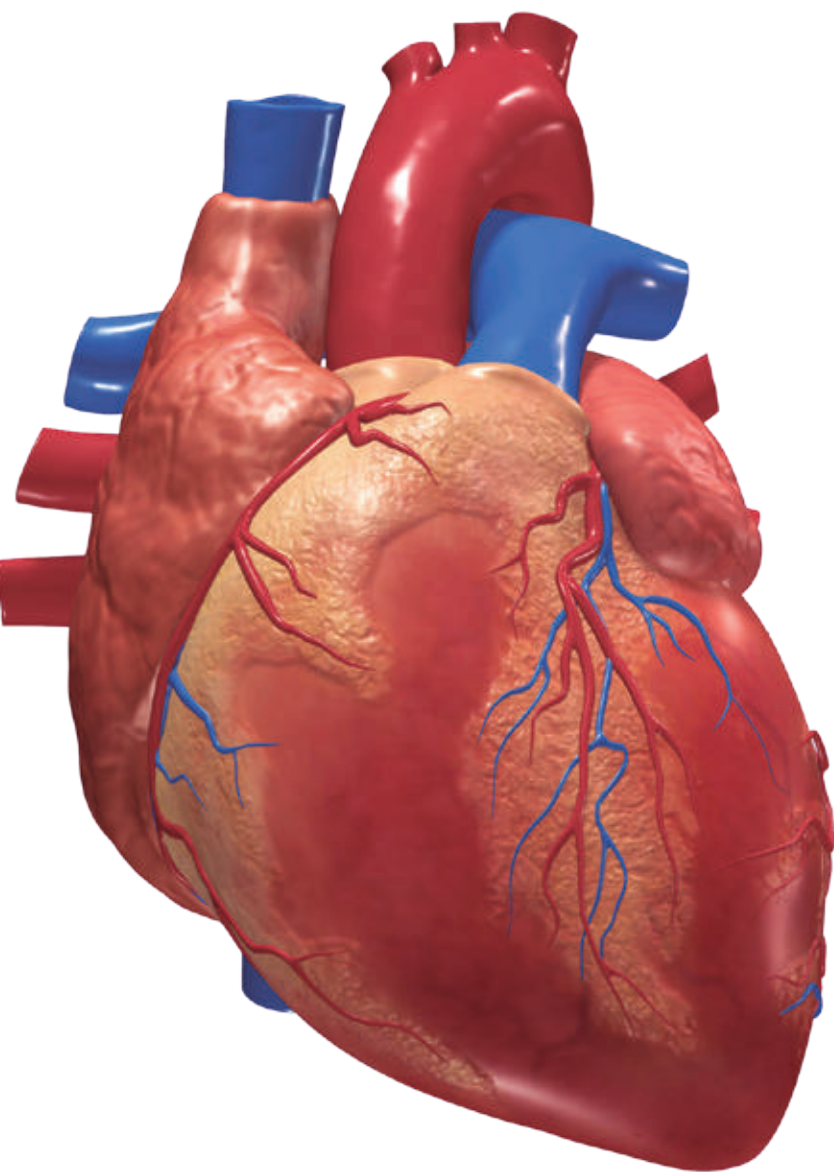
- Desenvolver um pensamento estratégico para mudanças;
- Estimular o pensamento investigativo e criativo;
- Transformar cada indivíduo em gestor de suas próprias competências;
- Eliminar o medo das mudanças e transformar obstáculos em metas.

Com isso, as empresas podem desenvolver uma cultura de compartilhamento de ideias e conhecimento, evitando o receio de se mostrar qualquer novo aprendizado para transformá-lo em um diferencial para o sucesso! **UP**

.....  
**Marcelo Weber e Renata Schott** são, respectivamente, consultor independente e Gerente da linha Anti-hipertensiva da Servier do Brasil.  
**E-mails:** marcelo.weber68@gmail.com; renata.schott@br.netgras.com



# CONHEÇA A NOVA EXPERIÊNCIA EM ILUSTRAÇÕES ANATÔMICAS



1. Ilustrações anatômicas  
2D e 3D.

2. Vídeos de mecanismo de ação 3D.

3. Atlas anatômicos interativos 3D.

4. Calculadoras médicas.

Criação de conteúdos para  
publicação impressa, mobile e web.

Ilustrações anatômicas 3D animadas  
nos formatos de aplicativo ou HTML.



## Acesse o QRCode e confira!

A Conectfarma fechou parceria exclusiva com a Creative Med, uma empresa presente em 10 países do mundo, para oferecer soluções digitais para produtos novos e maduros. Soluções destinadas a médicos e pacientes.

Rua Alexandre Dumas, 1.562. cjs 23/24  
Chácara Santo Antônio | CEP 04717-004  
São Paulo/SP | Fone: +55 11 5181-2618  
[www.conectfarma.net](http://www.conectfarma.net)



Na atual competitividade do mercado, não há mais espaço para amadorismo em qualquer tipo de treinamento, em especial no gerencial.

André Reis

# Treinamento Gerencial

Vários laboratórios investem pesado em treinamento gerencial da equipe de campo. Os objetivos desses eventos envolvem a busca por um melhor resultado de vendas, aumento da motivação e alinhamento dos membros do grupo. Os treinamentos, geralmente, têm duração entre um e três dias e são realizados em hotéis ou resorts para evitar a contaminação do clima lúdico e interrupções pertinentes ao ambiente corporativo. Todo esse projeto de capacitação seria excelente, exceto por um problema: a grande maioria dos consultores e palestrantes contratados desconhece o modelo de negócios da indústria farmacêutica.

Eles desenvolveram um método de treinamento genérico padrão, que talvez funcione para os setores de telefonia, alimentos, automotivo, bancos e outros, porém, não se adapta bem ao contexto farmacêutico. Assim, após duas horas de palestra e atividades ausentes de conteúdo aplicável no dia a dia, gerentes distritais e regionais inteligentes começam a se perguntar, em silêncio: "O que estamos fazendo aqui?"

Então, por que as áreas de treinamento e RH contratam esses consultores? Podemos elencar alguns motivos: decisão corporativa da matriz que escolheu um modelo de consultoria globalizado; são palestrantes-motivadores e profissionais conhecidos; e a ausência de muitos profissionais especializados em indústria farmacêutica, que possuam conteúdo inovador e atrativo para a equipe.

Entretanto, como o momento de crise exige reavaliação de todo tipo de despesa, em especial o investimento em treinamento, prevemos também que a contratação de consultores terá de

ser cada vez mais criteriosa. Inclusive, em 2014 um importante distribuidor foi condenado, em última instância, a indenizar um funcionário em R\$ 50 mil, por tê-lo obrigado a andar dez metros sobre brasas durante um treinamento motivacional. Em suma, na atual competitividade do mercado, não há mais espaço para amadorismo em qualquer tipo de treinamento, em especial no gerencial, pois se trata da liderança da equipe. A tendência será a contratação de consultores especializados que entendam o complexo modelo de negócios do setor. Afinal, o principal cliente dos laboratórios, o médico, nunca compra nada durante as visitas dos representantes. **UP**

André Reis é Diretor da Repharma e autor do livro *Fundamentos da propaganda médica*.  
E-mail: andre@repharma.com



Gabriela Caldas  
Steinstraesser, Marco Antonio  
Stephano e Lauro D. Moretto

# Biotecnologia da Opoterapia aos Biobetters

Está em curso um dos maiores avanços das ciências e tecnologias, orientado para atender demandas da população que necessita de medicamentos para as enfermidades que a todos afligem.

O processo evolutivo das terapias com produtos biológicos passou gradualmente da utilização de material dessecado e extratos elaborados a partir de órgãos de animais para substâncias purificadas. Várias substâncias de estrutura química definida, responsáveis pela ação terapêutica, contidas nesses órgãos e seus extratos, são atualmente obtidas por processos de síntese química ou processos biológicos.

A Opoterapia, era da terapêutica que utilizava órgãos de animais ou seus extratos, foi iniciada por Moritz Schiff em 1856. Nas primeiras pesquisas, Schiff e, posteriormente, seus seguidores, demonstraram que o uso de glândula tireoide era capaz de suprir a demanda dos hormônios daquele órgão em animais privados da referida glândula (tireodectomizados). Este método terapêutico sobreviveu até recentemente, tendo sido definitivamente abandonado após o conhecimento do potencial de transmissão do "mal da vaca louca" pelo uso de extratos, materiais ou órgãos de ruminantes, nas últimas décadas do século XX. A era da biotecnologia com ADN recombinante, nos moldes que a conhecemos atualmente, surgiu há cerca de quatro décadas. Essa tecnologia utiliza pro-

cessos de obtenção de substâncias existentes no organismo humano, utilizando microorganismos geneticamente modificados, contendo genes humanos responsáveis pela biossíntese dessas complexas estruturas de compostos protéicos. Muitos desses compostos são utilizados na terapêutica humana por serem considerados essenciais ou para suprir carências. O primeiro destes compostos obtido por biotecnologia com ADN recombinante foi a insulina humana, descoberta em 1978 e colocada em comercialização em 1982. Este modelo inovador de processo científico foi o responsável pela gradual substituição das insulinas bovina e suína nas últimas décadas. Com a biotecnologia com ADN recombinante, surgiram os biofármacos, que se tornaram uma alternativa promissora aos medicamentos químicos, uma vez que atendem certas necessidades terapêuticas, especialmente em relação a doenças complexas, como o câncer, o diabetes e as doenças autoimunes.

Os produtos biológicos contendo biofármacos com processos inovadores são objeto de proteção patentária, alguns já em fase de expiração desse direito. Contudo, com a expiração de patentes de uma série de medicamentos biológicos de primeira geração, surgiram novas oportunidades no mercado, como o desenvolvimento de medicamentos com atividade equivalente demonstrada por comparabilidade (designação utilizada pela Anvisa para os medicamentos conhecidos no contexto internacional sob a designação de biossimilares).



Mais recentemente surgiram ou estão surgindo no mercado os produtos contendo biofármacos com grau de pureza diferenciada em relação aos inovadores já protegidos por patente, que estão sendo designados de biobetters, ou seja biofármacos com potência e/ou pureza superiores aos originais.

Devido ao alto custo de desenvolvimento e as dificuldades regulatórias, os biobetters podem surgir como uma alternativa aos biossimilares, cujo futuro é considerado incerto por alguns autores. Além disso, as empresas inovadoras podem investir em biobetters para manter sua participação no mercado. Historicamente, houve duas grandes tendências no campo dos medicamentos biológicos: versões recombinantes de moléculas endógenas humanas (hormônios e enzimas), que foram patenteadas no início da década de 1980, e biofármacos mais complexos, como os anticorpos monoclonais, no fim da década de 1990.

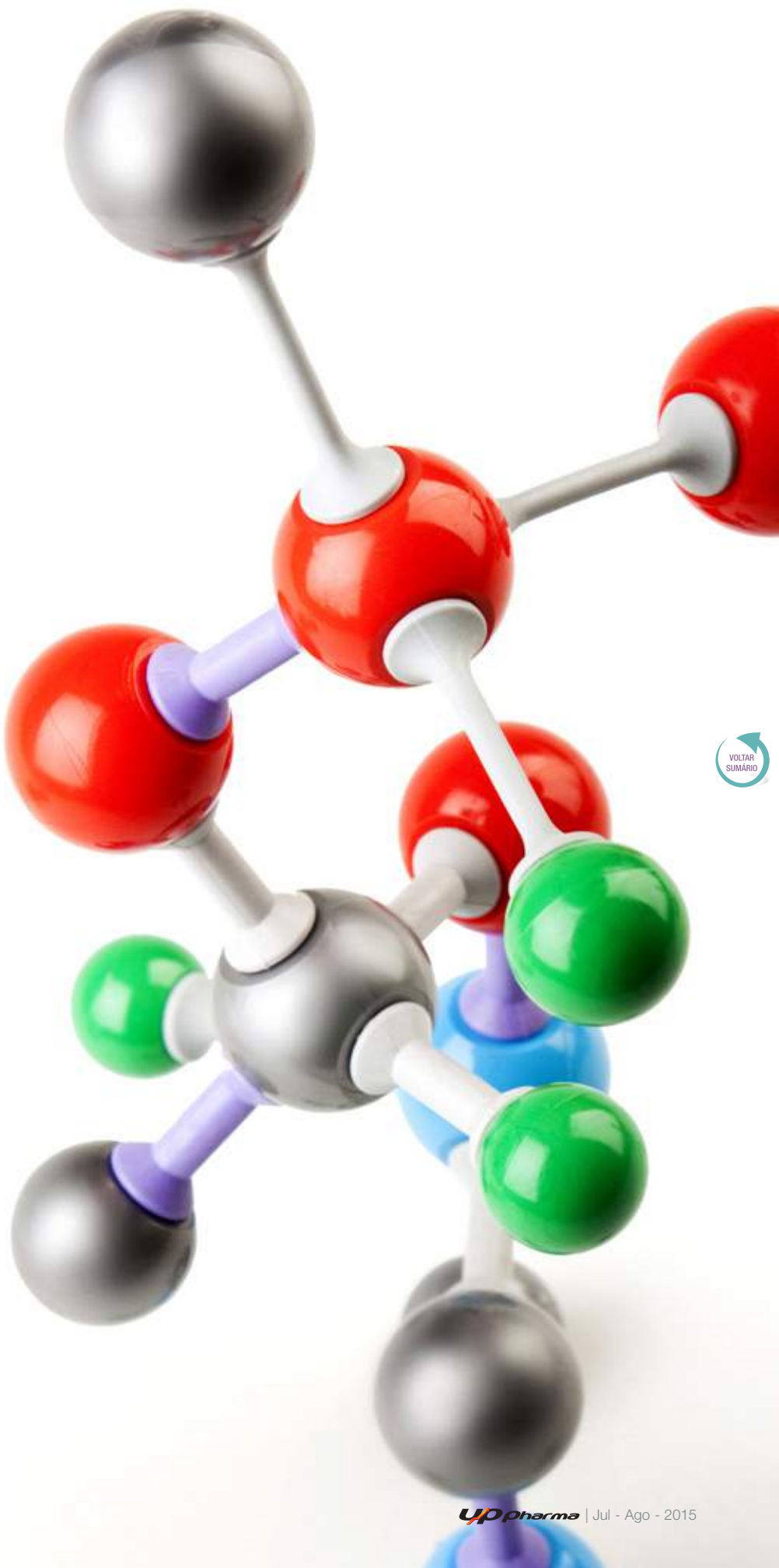
Os biobetters são moléculas baseadas em uma molécula de referência, que possuem o mesmo alvo e mecanismo de ação que o medicamento biológico inovador, mas que incluem modificações estruturais com o objetivo de aprimorar propriedades da molécula original como solubilidade, estabilidade, meia-vida, biodisponibilidade, imunogenicidade, entre outras.

A imunogenicidade é o maior problema de segurança relacionado aos biofármacos, podendo resultar em efeitos adversos, como hipersensibilidade, anafilaxia, reações de infusão e menor eficácia do medicamento. Outros efeitos colaterais relacionados a aspectos farmacológicos podem ser observados, como, por exemplo, a prevalência de infecções bacterianas em pacientes utilizando inibidores e antagonistas.

Outra questão associada aos medicamentos biológicos é o reduzido tempo de meia-vida, que, geralmente, apresentam. As enzimas proteolíticas presentes no sangue, a eliminação renal dependente do tamanho molecular e a endocitose mediada por receptor são as principais causas dessa meia-vida curta. Existem diversas estratégias químicas ou moleculares que podem ser utilizadas para aprimorar estas propriedades em relação à molécula original.

A pegulação é uma estratégia química que consiste na modificação de proteínas pela reação com o monometoxipolietileno glicol (mPEG), uma forma ativada do polietileno glicol (PEG).

A conjugação de proteínas ao PEG foi originalmente reportada como vantagem



sa na redução de respostas imunes a proteínas, sendo atualmente também utilizada para aumentar a meia-vida dos biofármacos.

As modificações moleculares, por sua vez, incluem técnicas de glicoengenharia e de engenharia de proteínas. A glicoengenharia de fármacos se baseia no fato de que a presença e natureza de cadeias laterais de oligossacarídeos afetam diversas características farmacológicas, como a meia vida, a solubilidade, permeabilidade e estabilidade.

Para submeter um biobetters à aprovação das agências regulatórias é necessário seguir o caminho regulatório de registro de produtos inovadores, ou seja, todos os dados de qualidade, segurança e eficácia clínica devem ser gerados conforme ocorre com o desenvolvimento de um produto novo. Do ponto de vista biológico, um dos maiores objetivos do desenvolvimento de um biobetters é a diminuição dos efeitos adversos relacionados ao medicamento biológico, sejam eles decorrentes da imunogenicidade ou de outros mecanismos.

As vantagens para a empresa desenvolvedora de biobetters são claras e explicam a aposta nesta estratégia.

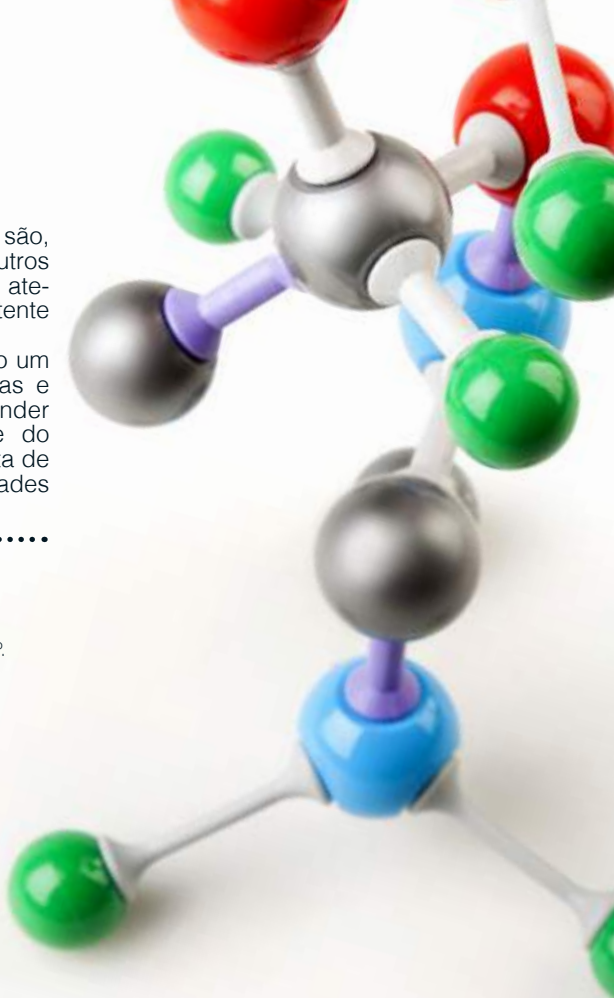
Os desafios a serem enfrentados são, basicamente, os mesmos dos outros medicamentos biológicos, porém, atenuados pelo conhecimento já existente relativo à molécula originadora.

Em grande resumo, está em curso um dos maiores avanços das ciências e tecnologias, orientado para atender demandas da classe médica e do anseio da população que necessita de medicamentos para as enfermidades que a todos afligem. 

.....  
Gabriela Caldas Steinstreasser é aluna do Curso de Graduação da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP.

Marco Antonio Stephano é Professor da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP.

Lauro D. Moretto é Presidente da Academia Nacional de Farmácia (ANF).  
E-mail: lauromoretto@terra.com.br



## A química de uma boa parceria está na inovação que traz resultados.

**quantiQ. Uma distribuidora com grande estrutura, portfólio completo, serviços diferenciados e laboratórios para desenvolvimento de produtos.**

A quantiQ é referência em distribuição de produtos químicos e possui um portfólio completo de ativos e excipientes de alta performance para o mercado farmacêutico, vindos de empresas nacionais e internacionais. Além disso, a quantiQ disponibiliza um laboratório farmacotécnico para desenvolvimento de novos produtos.

**Teleendas:** Sudeste e Sul: 0800 770 0785, 0800 770 0781 e 0800 701 7718

Norte, Nordeste e Centro-Oeste: 0800 729 9993 e 0800 729 9994 | E-mail: [farma@quantiq.com.br](mailto:farma@quantiq.com.br) | [www.quantiq.com.br](http://www.quantiq.com.br)



**quantiQ**

Yuri Trafane

# A certeza que atrapalha

A maioria das pessoas entra nas discussões com uma convicção inflexível sobre o tema que será debatido. Acredita que o objetivo é mostrar para o outro o quanto a sua verdade é verdadeira.

Há alguns meses, cai na besteira de me envolver em um debate polêmico com o amigo de um amigo do Facebook. Depois de boas idas e vindas, comecei a achar que não estávamos em um bom caminho. Alguns questionamentos, réplicas e tréplicas depois, tive certeza. A tensão tinha atingido um nível incômodo. Não estávamos mais nos ouvindo – ou lendo se você preferir ser literal. Esperávamos apenas, babando de raiva, a hora de fulminar os argumentos do outro com uma verborragia exibicionista. Foi então que indaguei meu oponente: “Você tem certeza do que está falando?”. A resposta: “Tenho”. Reforcei o questionamento: “Absoluta?”. Ele: “Absolutíssima!” Sentenciei: “Então é melhor nós paramos a discussão por aqui, porque eu também tenho. O que significa que nenhum de nós está disposto a mudar de ideia e os argumentos do outro jamais serão fonte de aprendizado.” Esse acidente virtual é apenas um exemplo do que acontece o tempo todo em nossas comunicações presenciais ou não. Particularmente, nas que tenho presenciado no mundo cor-

porativo. A maioria das pessoas entra nas discussões com uma convicção inflexível sobre o tema que será debatido. Acredita que o objetivo é mostrar para o outro o quanto a sua verdade é verdadeira e o quanto o outro é um lunático por pensar do modo como pensa. Imagine o que acontece quando os dois lados adotam essa postura. É o caos. Na medida em que a discussão se arrasta, cada um vai se apegando cada vez mais à sua posição de forma absolutamente emocional, e um acordo genuíno torna-se impossível. Se um dos dois lados é francamente mais poderoso que o outro, impõe sua vontade. Se há equilíbrio de forças, o resultado mais comum é a paralisia. No máximo, o negociador mais agressivo entre eles impõe suas convicções e, como efeito colateral, ganha um inimigo. O caminho para equacionar essa situação improdutiva e desgastante passa por trocar as certezas por dúvidas. Se alguém entra em uma conversa carregando o desejo sincero de entender o mundo pela perspectiva do outro e ouve atentamente, a chance de que ela aprenda coisas interessantes é muito maior. Além do que, oferecer respeito, na forma de atenção, ao seu interlocutor, costuma gerar nele uma maior disposição para lhe ouvir. E não é impossível que até surja uma certa

abertura para considerar o seu caminho como uma boa alternativa. Só quando isso acontece é que o diálogo verdadeiro flui. Mas o pré-requisito básico para tal é o que David Bohm chama de “suspensão das convicções”, um exercício genuíno de neutralizar a sua opinião no momento em que ouve o outro. Agora imagine o que acontece se os dois lados se acreditarem nessa possibilidade. Quanta tranquilidade e troca genuína de perspectivas. Não se trata de promover um diálogo insosso e falso, mas uma iniciativa que nos leva a parar de perder tempo no que meu sócio, Rubens Pimentel, chama de “monólogo frente a frente”. Essas sim, são situações patéticas que nós, humanos, nos impomos ao ignorar o que o outro fala depois de sermos ignorados enquanto falamos. 

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



*O hotel feito para  
equipes com  
desejo de vencer.*



O Almenat já nasceu com um diferencial: um hotel exclusivamente projetado para eventos e convenções. Único no mercado e com uma estrutura inovadora, está pronto para garantir o sucesso do seu evento!

ALMENAT  
EXTENSÃO CORPORATIVA

ESPECIALISTA EM EVENTOS E CONVENÇÕES  
[WWW.ALMENAT.COM.BR](http://WWW.ALMENAT.COM.BR)

Octávio Nunes

# O que a crise da imprensa tem a ver com a sua crise

Um posicionamento claro e objetivo será sempre melhor compreendido pela imprensa, ainda que a preferência continue sendo o imediatismo e o espetáculo que, invariavelmente, rimam com imprecisão.

Suponha que você, como líder de uma empresa, seja daqueles profissionais cujas convicções direcionadoras da sua vida são imutáveis. Convicto incorrigível, proclama aos quatro cantos que uma crise jamais vai se abater sobre seus negócios.

Falando francamente e sem palavras doces: todas as empresas indistintamente estão sujeitas a crises. Basta que, para isso, elas existam. Desde uma sabotagem no seu processo de produção, uma denúncia qualquer vinda de fora da empresa ou de algum funcionário; uma explosão, incêndio, atos de corrupção etc. São inúmeras as modalidades daquilo que se pode ser chamado de crise ou “tempestade”. Pode parecer óbvio, mas nem todo mundo está prepara-

do para enfrentar uma tempestade e suas consequências. Uma dessas consequências é quando um problema interno se torna público por meio da imprensa ou pelas redes sociais, novidade relativamente recente que colocou as organizações em estado de alerta.

Quando isso acontece, estão sob risco a reputação, a imagem e os valores intangíveis de sua companhia – seus atributos de ética, a confiabilidade e tradição dos seus produtos e, principalmente, como a empresa é vista e percebida pelos stakeholders (em tradução livre, parte interessada ou interveniente).

Em seu primeiro acidente, ocorrido em outubro de 1996, no qual 99 morreram, a companhia aérea TAM não

tinha um plano de crise. Mais adiante, a TAM viveria outros acidentes marcantes, com mais vítimas. Sim, poderia ter sido o fim da empresa, mas ao contrário disso, ela se superou.

Ao longo de sua trajetória, a companhia construiu um lastro, consolidou a imagem de uma empresa confiável, que foi fundamental para atravessar novas crises e continuar operando com credibilidade.

Assim como a TAM, a Petrobrás sofreu vários acidentes como a explosão da plataforma P.36, que vitimou 11 pessoas em 2001, mas um detalhe mudou a história da petroleira. Embora também tivesse um lastro e fosse reconhecida como uma empresa forte e um símbolo nacional, foram as denúncias de corrupção, e não os

acidentes, as responsáveis por dizer a imagem, a reputação e a marca Petrobrás.

No campo das personalidades, Ronaldo, o Fenômeno, também protagonizou uma crise que se tornou pública e teve grande repercussão na mídia. O episódio envolvendo travestis no Rio de Janeiro poderia ter um "efeito Petrobrás" na vida e na imagem do ex-jogador da seleção. De imediato, Ronaldo perdeu patrocínios, mas foi habilidoso o suficiente para, em seguida, assumir publicamente o fato e se colocar como um ser humano qualquer, sujeito a tropeços.

Isso teve um efeito positivo na imagem do ex-craque e na marca Ronaldo que continua um fenômeno.

Usar estratégias evasivas, mentir, negar, negligenciar, desqualificar ou mesmo ser arrogante em momentos críticos, pode significar uma crise dentro da crise. Ronaldo fez o certo

e enfrentou a tempestade com profissionalismo.

A opinião pública está cada vez mais atenta, e a imprensa é o meio consagrado e legitimamente reconhecido para transmitir as mensagens. Às vezes, boas outras ruins, depende de como as crises são gerenciadas. O problema é que hoje a imprensa brasileira também vive uma crise, uma das mais graves da sua história. Jornalistas especializados tornaram-se figuras raras nas redações. Os que ainda saem às ruas intrépidos em busca da verdade e da imparcialidade estão sendo atropelados pelo desempenho da economia, pela má gestão das empresas de comunicação ou por razões políticas. Muitos, estão sendo substituídos por profissionais despreparados e inexperientes. Pressionados pelas circunstâncias, estes, certamente, cobrirão a crise da sua companhia sem a qualidade ne-

cessária. Mais do que nunca é preciso construir uma relação de confiança com os jornalistas, mantendo-os informados e esclarecidos. Isso servirá de lastro numa eventual crise.

Um posicionamento claro e objetivo será sempre melhor compreendido pela imprensa, ainda que a preferência continue sendo o imediatismo e o espetáculo que, invariavelmente, rimam com imprecisão. 

.....  
Octávio Nunes é Jornalista e Palestrante.  
E-mail: octavio.nunes07@gmail.com

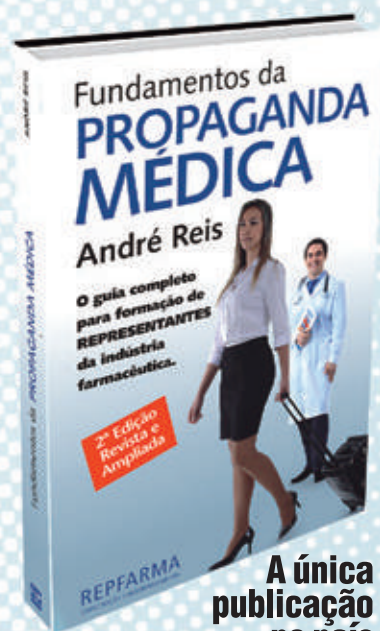
# CURSO REPFARMA

## 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

Geraldo Monteiro

# A importância das parcerias nos negócios do setor farmacêutico

Não basta apenas uma boa ideia ou um bom produto para se criar uma empresa de sucesso. Você precisa criar vínculos e parcerias saudáveis e duradouras em todos os departamentos da empresa.

Existem vários fatores que influenciam no sucesso de qualquer empreendimento, principalmente das pequenas empresas, que não têm fôlego financeiro ou margens de lucro suficientes para a assimilação de algumas falhas que, em alguns casos, podem até ser fatais.

Neste artigo, quero falar um pouco sobre a importância das parcerias entre fornecedores e clientes, que, quando cultivadas com o devido cuidado e respeito, servem de base para um crescimento saudável e sustentável para ambas as partes em termos de negócio.

O crescimento econômico nos últimos anos em nosso País, pelo menos até antes da crise, vinha criando várias oportunidades para muitas pessoas e empresas, com a abertura de novos negócios em todas as áreas, acirrando cada vez mais a concorrência em todos os ramos de atividades.

Essa concorrência é saudável no sentido de nos tirar da zona de conforto, obrigando-nos a melhorar cada vez mais os nossos produtos e serviços, mas, ao mesmo tempo, pode nos atrapalhar, e muito, quando ela é feita de maneira desleal.

Ou seja, a todo momento surgem novas empresas ofertando produtos e serviços por preços aparentemente bem mais baixos que o valor de mercado, mas sem a devida garantia de continuidade no fornecimento que o seu parceiro de longa data lhe proporciona.

Você acaba rompendo com esse fornecedor sem a devida análise, e mais adiante acaba ficando sem um produto ou matéria-prima essencial em seu processo produtivo, podendo provocar fortes prejuízos à sua empresa.

É claro que você pode voltar a negociar com o antigo fornecedor, mas, às vezes, essa quebra de confiança pode fazer a sua empresa perder uma série de benefícios que tinha até então, tais como: limites de crédito, prazos de pagamento e entrega diferenciada dos produtos, entre outros.

Não quero dizer que não devemos ficar atentos às novas oportunidades de negócios, mas que temos de tomar os devidos cuidados para não colocar em risco uma parceria que sempre funcionou.

Da mesma forma, temos de estar atentos às demandas e anseios de nossos clientes, com o cumprimento de prazos e a entrega de produtos e serviços de qualidade com preços competitivos, que, atualmente, é o básico para qualquer empresa que queira se manter no mercado. Portanto, não basta apenas uma boa ideia ou um bom produto para se criar uma empresa de sucesso. Você precisa criar vínculos e parcerias saudáveis e duradouras (em todos os departamentos da empresa), pois é isso que irá dar suporte ao crescimento sustentável de sua empresa. E isso dá trabalho, pois exige dedicação e, principalmente, respeito aos compromissos assumidos. 

.....

Geraldo Monteiro é Assessor Econômico do Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sincofarma-SP) e da Associação Brasileira do Comércio Varejista (ABCFARMA), e Diretor-Executivo da Associação Brasileira dos Distribuidores dos Laboratórios Nacionais (Abradilan).  
E-mail: [economies@terra.com.br](mailto:economies@terra.com.br)

Cardiologista,

Parabéns pelo seu dia, doutor.  
Agradecemos por tudo, de coração!

Conte com a **AC Farmacêutica**,  
há 10 anos desenvolvendo conteúdo de  
excelência no formato que você precisa!

Dia do  
Cardiologista

14/08

## Conheça os nossos cursos:



Curso Preparatório Hands-On de  
DENSITOMETRIA ÓSSEA  
**PHDXA**  
2015 hands-on

**CAACC**  
Curso Avançado de Avaliação  
da Composição Corporal **2015**



## Conheça nosso portfólio de projetos:

PECs médicos | Revistas customizadas | Livros e separatas

Cobertura de eventos | Acervo com mais de 3.500 livros publicados



+ Conteúdo exclusivo!

Novidades da  
área científica  
disponibilizadas  
on-line para você!



10  
Anos

COMPROMETIDA COM O  
CONHECIMENTO CIENTÍFICO

[www.acfarmaceutica.com.br](http://www.acfarmaceutica.com.br)

Gisele Vantine

# O que as empresas ganham com mulheres na liderança?

Já está mais do que na hora de entendermos que, apesar da mulher ter entrado no mercado de trabalho muitos anos depois, ela pode agregar tanta ou até mais qualidade e experiência nas empresas.

Recentemente, tive acesso às discussões sobre diversidade do encontro global de sócios da IIC Partners, em Nova York. Um dos temas discutidos foi a criação de cotas para mulheres em conselhos de administração. Em 2003, a Noruega fez valer a lei que exige 40% das cadeiras para mulheres. A França, por sua vez, em 2007, estipulou que a presença feminina teria de ser de 25%. Mas o que acabou chamando a atenção diante disso é que nenhum dos presentes no encontro da IIC Partners defendeu a cota nos Estados Unidos.



O motivo é simples: todo acionista quer o melhor perfil no seu conselho, independentemente do gênero. E não haveria mulheres com track record suficiente para alimentar os conselhos de todas as empresas norte-americanas, o que poderia gerar uma queda de qualidade do board.

A melhor justificativa para aumentar a presença feminina foi dada por um estudo da ONG Catalyst, que aponta que empresas que têm mulheres no conselho têm desempenho financeiro melhor do que as que não têm.

Os números falam por si: 84% em retorno sobre vendas, 60% em retorno sobre capital investido e 46% em retorno sobre o patrimônio. O debate sobre a diversidade de gênero nos conselhos de administração ainda é recente nas discussões da Governança Corporativa no Brasil. Contudo, ganha cada vez mais destaque com a adoção de regras ou adesões de outros países à presença feminina nos postos de liderança. Nos 20 anos que atuamos no mercado de recrutamento executivo, conseguimos registrar 35% de mulheres contratadas por nossos clientes. Ainda é uma triste

realidade que poucas são as representantes que chegam ao topo das organizações, e, menos ainda, aos conselhos. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), apenas 7,7% das mulheres ocupam atualmente posições nos conselhos de administração. Segundo nosso banco de dados, 29% das posições do mercado farmacêutico foram preenchidas por mulheres. Esse é um número animador, mas que precisa ser melhorado, e muito. E essa mudança precisa ser reflexo de resultados na empresa, não apenas por obrigatoriedade legal ou temas relacionados à diversidade.

É uma matemática que deveria entrar no cabeçalho da agenda de importâncias dos líderes e no mind set nos tomadores de decisões. Já está mais do que na hora de entendermos que, apesar da mulher ter entrado no mercado de trabalho muitos anos depois, ela pode agregar tanta ou até mais qualidade e experiência nas empresas.

É importante ressaltar que a escolha de novos colaboradores deve ser pautada pela compatibilidade de culturas e valores, e não de gênero.

Um dos valores centrais da nossa empresa é a diversidade. Acreditamos que ela gera riqueza e compõe um ambiente de trabalho mais aberto e produtor de melhores resultados. Mesmo nos projetos que conduzimos, temos como meta interna 50% de candidatos apresentando diversidade. Não só de gênero, mas de crenças, backgrounds etc. Não é uma tarefa fácil, mas estamos evoluindo rápido na identificação de mulheres para os conselhos.

Lutamos para que as organizações encontrem espaços para que elas possam dar sua contribuição na esfera mais alta. Os resultados financeiros já foram provados, e, no final de tudo, é lucro que importa para todos. Essa conta é fácil de fechar, só falta estímulo, reconhecimento e oportunidade. 

.....  
Gisele Vantine é Associate Director & Partner da Fesa, consultoria de busca e seleção de altos executivos.  
E-mail: fesa@fesa.com.br



Viva as histórias que você quer contar



**Fim de semana significa diversão. Aproveite cada minuto!**

(11) 4795.4100 • reservas@paradiseresort.com.br

www.paradiseresort.com.br



paradisegolfresort



paradise\_resort



paradise\_resort



PARADISE

Golf & Lake Resort

Mogidas Cruzes - SP



S.C.Capelli

# Homenagem aos guardiões da vida: Os Cardiologistas

Sou um felizardo por ser talvez o profissional da indústria farmacêutica que há mais tempo tem contato com Cardiologistas, e isso é um motivo de orgulho gigantesco.

Dizem os especialistas que os sentimentos e as emoções são originados e processados pelo cérebro, mais precisamente pelo sistema límbico. Eu prefiro concordar com os românticos: para mim, os sentimentos vêm do fundo do coração. Defendo que esse importante músculo coordena não só o envio de sangue para as células que compõem o nosso corpo, mas também a essência da vida, pois, parodiando o grande filósofo, físico e matemático francês René Descartes: "Sinto, logo vivo". Levando isso em consideração, só poderia concluir que o cardiologista é o "guardião da vida".

Muitas vezes, faço um exercício mental e penso em todas as emoções que vivi e em todas as que ainda viverei. Lembro-me dos grandes momentos vividos: as conquistas pessoais, as profissionais, os títulos do meu time do coração, o meu casamento, o nascimento de meus filhos, e sei que, daqui para frente, quando os sentimentos forem intensos demais para meu já exigido coração, poderei contar com um (a) Cardiologista, um amigo (a) guardião (ã), afinal, ele estará sempre lá, pronto para ajudar, para salvar.

Falando em sentimentos, sinto que, ao escrever aos Cardiologistas, escrevo a grandes parceiros de longa data. Afinal, os profissionais da Cardiologia dividem comigo minhas conquistas e meus desafios há quase quatro décadas, praticamente desde o início de minha jornada como propagandista. Tenho agora, esse sentimento muito mais forte por fazer parte há anos da indústria farmacêutica líder em receita e em volume de negócios para a Cardiologia e, consequentemente, manter o constante contato com esses incríveis profissionais.

Confidenciarei aqui que o meu grande sonho sempre foi o de ser médico, de preferência um Cardiologista. Via sempre aqueles profissionais com seus jalecos imponentes, todos de branco, falando sério, com suas escritas ilegíveis. E eu queria ser igual a eles. Tentei e tentei, mas por um motivo ou por outro, não consegui atingir esse objetivo pessoalmente, embora a vida repleta de sobressaltos, tenha me reservado uma de suas maiores e mais doces surpresas.

Minha filha tinha 14 anos de idade quando, ao passar mal no colégio, foi encaminhada ao ambulatório, onde conheceu uma dedicada médica que trabalhava no local. Essa doutora, apaixonada que sempre foi pela profissão, viu que ela tinha um grande interesse pela prática e a incentivou, com textos e livros técnicos, a conhecer cada vez mais a medicina. A partir daí, se o criador não o fez, a criatura se entregou totalmente a

cuidar da saúde das pessoas. Qual especialidade ela escolheu seguir? Claro, a Cardiologia. Era, de fato, o meu sonho de menino sendo realizado pela minha filha, ou seja, era muito melhor do que eu poderia sonhar.

O tempo passou e, como quase tudo na vida, não foi fácil. Ela sofreu para ingressar na concorridíssima profissão. Teve de prestar vestibular em 11 faculdades diferentes, estudou, viajou, se dedicou intensamente, mas a oportunidade teimava em não aparecer. Em determinado momento parecia que não seria possível. Quer saber do melhor? Após um esforço imenso, pois para se tornar médico (a) você tem de ter dedicação e uma força de vontade enorme, justo no dia de meu aniversário recebi a carta de admissão de minha filha no curso de Medicina da Universidade Federal de Alfenas. Que alegria! Foi tanta emoção que acredito que esse foi um dos momentos em que



S.C.Capelli

eu mais gostaria de ter um Cardiologista por perto.

Na verdade, tenho hoje uma filha Cardiologista e, agora, um genro Cirurgião Cardiovascular. Acho que começo a ter Cardiologistas demais por perto! Não consigo nem mesmo comer em paz uma picanha, uma costelinha ou tomar uma cervejinha que lá vêm eles com o propósito de cuidar bem do meu coração. Eles insistem em ser meus ossos heróis. Brincadeiras à parte, neste dia 14 de agosto, Dia do Médico Cardiologista, gostaria de homenagear a todos os “guardiões da vida” com os quais tive o prazer de conviver e de compartilhar ótimos momentos. Não mencionarei nomes aqui, pois, por melhor que seja minha memória, acabarei cometendo a injustiça ao me esquecer de alguém.

Sou um felizardo por ser talvez o profissional da indústria farmacêutica que há mais tempo tem contato com Cardiologistas, e isso é um motivo de orgulho gigantesco, o mesmo que senti ao ser reconhecido pela Sociedade Brasileira de Cardiologia como “Amigo da Cardiologia”; um título e tanto.

Sendo assim, só posso me dedicar com todas as minhas forças a apoiar da melhor maneira possível a Biolab Sanus Farmacêutica em suas ações voltadas aos médicos Cardiologistas. Por isso, é meu pedido especial para que toda a nossa Força de Vendas tenha uma atenção para lá de especial para com

nossos amigos especialistas da área, não por outro motivo premiados como a Força de Vendas Mais Bem Treinada do País.

Além disso, investimos forte na capacitação dos Cardiologistas com Programas de Educação Médica Continuada online e presencial, como o “Eletrocardiografia Avançada”, além de patrocinarmos importantes Simpósios em eventos, como os da Socesp e da SBC e no nosso Hiper Brasil. Isso sem falar no vasto portfólio que oferecemos para essa especialidade, pois, como digo sempre: “quando o Cardiologista pensa em um tratamento, ele tem de contar com um produto da Biolab para tal”. Produtos que, diga-se de passagem, com o que há de mais moderno e eficaz na indústria farmacêutica.

E isso é o mínimo que posso fazer pela Cardiologia, por meus amigos Cardiologistas. Amigos com os quais sei que posso sempre contar, em quem posso confiar, pois sei que, quando eu precisar, esses profissionais dedicados, perseverantes, estudiosos e extremamente competentes estarão lá para nos ajudar.

Porque é isso que os guardiões fazem. Guardiões dos batimentos, do fluxo sanguíneo, dos sentimentos, das emoções, do amor, do coração. Enfim, guardiões da vida.

Meus parabéns e meu sincero agradecimento aos meus amigos Cardiologistas neste dia tão especial. 

.....  
S. C. Capelli é Vice-Presidente Comercial da Biolab Sanus Farmacêutica Ltda.  
[www.biolabfarma.com.br](http://www.biolabfarma.com.br)



# Os desafios dos cardiologistas diante da primeira causa de morte no Brasil: as doenças cardiovasculares

Além de divulgar informações atualizadas sobre o cenário das doenças cardiovasculares no Brasil, a Revista UPpharma presta suas homenagens a médicos que atuam de forma brilhante nos cuidados com a saúde do coração.

---

Com a rotina cada vez mais atribulada, as pessoas têm cada vez menos tempo para cuidar da sua saúde. Com isso, se alimentam de forma inadequada, não se exercitam, dormem pouco e passam por momentos de grande estresse no trabalho ou em casa. Esse estilo de vida nada saudável tem desencadeado o que se chama de doenças da modernidade, como a depressão, alguns tipos de câncer e outros males que podem levar à incapacitação e até mesmo à morte, em casos mais extremos.

Nesse cenário, as mortes por doenças cardiovasculares são as que encabeçam a lista, seja na forma de infarto ou de acidente vascular cerebral (popularmente conhecido como derrame). De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), os males do coração são a principal causa de morte em todo o mundo: cerca de 17 milhões a cada ano.

No Brasil, elas são responsáveis por até 60% dos óbitos. E, se nada mudar, o País será o campeão de mortalidade em 2040 entre os países emergentes.

O fato é que os problemas cardíacos estão cada vez mais presentes no mundo moderno. Por outro lado, a medicina tem avançado bastante nessa área. Para se ter ideia, a

cardiologia brasileira é considerada um das mais avançadas do mundo, sendo reconhecida pelas principais sociedades médicas internacionais. Além disso, medicamentos inovadores têm sido desenvolvidos pela indústria farmacêutica, contribuindo para a prevenção dessas doenças e tratamento. Mas apesar desses aliados, a prevenção ainda é o melhor remédio.



## Especial Dia do Cardiologista

Hábitos de vida saudáveis, como parar de fumar, realizar atividades físicas regulares, manter uma alimentação equilibrada, evitando frituras, gorduras, calorias em excesso, auxiliam a manter o coração mais forte e saudável. Paralelamente, um acompanhamento médico regular é essencial para um processo de prevenção e controle das doenças. O fato é que a pessoa tem de ter a consciência do quão é importante a mudança de comportamento para a sua saúde. Portanto, as atitudes e a conscientização das pessoas hoje são fundamentais para redução da incidência de doenças cardiovasculares no País.

Aproveitando a passagem do Dia do Cardiologista, celebrado em 14 de agosto, a Revista UPpharma aborda o cenário das doenças cardiovasculares no Brasil, apresentando os desafios para conter o aumento desse mal na opinião de grandes especialistas da área, como Dr. Américo Tângari Jr., Cardiologista do Hospital da Beneficência Portuguesa de São Paulo, e o Dr. Ricardo Pavanello, Cardiologista da Seção de Coronariopatias do Instituto Dante Pazzanese de Cardiologia, Supervisor da Cardiologia Clínica do HCor-SP, Diretor de Promoção e Pesquisa da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo (Socesp) e médico-assistente da Equipe Prof. Adib Jatene do Hospital do Coração da Associação do Sanatório Sírio (SP).

Além de divulgar informações atualizadas sobre esse tema, a Revista UPpharma também não poderia deixar de agradecer e prestar sua homenagem aos médicos cardiologistas, que são uma espécie de guardiões da vida, atuando de forma brilhante nos cuidados com um dos mais valiosos membros do corpo humano: o coração. As reportagens a seguir representam nosso reconhecimento neste Dia 14 de Agosto. Parabéns a todos os cardiologistas!





**Revista UPpharma - Qual o cenário hoje das doenças cardiovasculares no Brasil?**

**Dr. Américo Tângari Jr.** - As doenças cardiovasculares são a primeira causa de morte no Brasil, representando entre 40% e 60% do total de óbitos.

Os principais desafios são o diagnóstico e tratamento precoce, que têm impacto importante na diminuição da mortalidade. E nos custos do tratamento posteriormente.

Houve aumento no número de mortes por doenças coronárias nos últimos anos. Na década de 1980, foram 190 mil mortes. Atualmente, esse número subiu para quase 300 mil mortes por ano. Porém, esse acréscimo também é devido ao aumento da população e o envelhecimento populacional.

Para melhor entendimento, vale esclarecer que são doenças coronárias o infarto do miocárdio e hipertensão arterial sistêmica, o que ocasionou 500 mil mortes no Brasil em 2013. As doenças cardiovasculares são a segunda causa de morte depois do AVC (Acidente Vascular Cerebral).

**Hoje já se fala de infartos em pessoas fora do grupo de risco (formado por idosos e cardiopatas). Podemos dizer que as doenças cardiovasculares já são uma epidemia no Brasil?**

Não considero uma epidemia, devido à constatação de que a taxa de mortalidade por doenças cardiovasculares vem decrescendo no País, especialmente nas regiões Sudeste e Sul. Ou seja, subiu muito pelo aumento da população, mas diminuiu em proporcionalidade.

**Nos últimos anos, aumentou o número de infartos em mulheres. Qual a razão e quais as estatísticas?**

As doenças cardiovasculares matam seis vezes mais as mulheres do que o câncer de mama.

Os desafios profissionais são cada vez maiores, e a ocupação de cargos – antes ocupados

por homens – equiparou as mulheres ao estresse e fadiga diária que os homens tinham no passado. A mortalidade é maior, nos homens entre 30 e 60 anos, numa relação de dois para um na comparação com as mulheres, que passam a sofrer mais infarto após os 60 anos.

**A obesidade infantil também é uma preocupação das sociedades médicas. Podemos dizer que no futuro o Brasil terá um número muito maior de adultos obesos e com risco de desenvolver eventos cardiovasculares?**

Toda criança deve ter o acompanhamento de um pediatra, de seu nascimento até parte da adolescência, pois é o médico especialista que identificará qualquer anomalia. Quando alguma alteração clínica é notada, deve-se encaminhar a criança ao cardiologista para avaliação especializada e investigação diagnóstica.

O problema cardiológico mais comum na infância é o sopro, mas na maioria dos casos não tem nenhum significado clínico. São inocentes. No entanto, quando o sopro não é inocente recomenda-se investigar as possíveis causas: cardiopatia congênita, cuja incidência é de oito a dez por cada mil nascidos. Ou seja, nascem 24 mil crianças com cardiopatia congênita por ano no Brasil; febre reumática, que acomete as crianças logo após amigdalites (infecções na garganta), pois a doença pode acarretar problemas no coração, principalmente nas válvulas cardíacas – 3% das crianças que



Dr. Américo Tângari Jr.

tiveram febre reumática desenvolvem problemas no coração.

A obesidade infantil é um fator de risco, pois ocasiona a hipertensão arterial, afetando o coração como um todo. O aumento das taxas de colesterol e triglicerídeos desde a infância pode ocasionar a arterosclerose (placas de gorduras nos vasos) nas coronárias e vasos sanguíneos em geral.

Segundo a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), cerca de 15% das crianças e 8% dos adolescentes são obesos. E oito em cada dez continuam a ter excesso de peso na fase adulta, o que acarreta sérias consequências no futuro, nas mortes por doenças cardiovasculares por ser um dos fatores de risco, principalmente quando há gordura abdominal.

**Apesar das campanhas das sociedades e instituições, o número de mortes por problemas cardiovasculares ainda é alto no Brasil. O que, na sua opinião, é preciso para reverter esse quadro?**

A alimentação saudável poderia beneficiar as pessoas que apresentam taxas de gordura acima do normal e obesidade, principalmente abdominal. Evitar gorduras na alimentação, consumir mais alimentos saudáveis, como vegetais.



O nosso  
**coração**  
bate na sua  
frequência





O que podemos esperar para os próximos anos em termos de avanços em relação a tratamentos, novos medicamentos etc.?

Existe o aperfeiçoamento de medicações para controle de arteriosclerose, diabetes, e hipertensão arterial sistêmica; maior segurança em cirurgia cardíaca e equipamentos médicos de melhor qualidade, como stents mais modernos. 

mundo. Também acredito que pais e educadores têm papel fundamental na formação dos hábitos alimentares de uma criança. Na minha opinião, nutrição deveria integrar a grade curricular de ensino.

Qual o caminho para obter a conscientização das pessoas e uma mudança efetiva de hábitos, já que, mesmo com tantas ações e informação, muitas pessoas continuam insistindo em comportamentos que podem ajudar a desenvolver essas doenças?

Como sempre, o melhor remédio é a prevenção. Procure seu médico. Acho que vale a pessoa se concentrar em desafios cotidianos, como exercícios – os aeróbicos: caminhada, natação, ciclo ergométrico (bicicleta, bicicleta parada, elípticos), alimentação e práticas saudáveis.

Evitar excesso de sal e privilegiar carnes brancas. No entanto, creio que precisamos de maiores informações e divulgação dos principais fatores de risco; inclusão da população nos programas de prevenção e controle.

O diagnóstico ou o acesso ao tratamento ainda são desafios no Brasil? Existem pessoas que não são devidamente diagnosticadas ou tratadas em relação aos fatores de risco?

São um grande desafio. O caminho é divulgação constante e repetitiva para atingir a todos. O investimento na melhora do atendimento na Saúde no País também contribuiria muito.

Quais os desafios dos cardiologistas hoje diante desse cenário?

Nosso maior desafio continua sendo o de sair do primeiro lugar na causa de mortes no País e a segunda no

Além de consultas periódicas com o médico, para orientação e prevenção, como nossa mãe realizava quando éramos crianças ao nos levar regularmente ao pediatra. Também tenho notado, ultimamente, que as empresas se preocupam com a qualidade de vida dos funcionários.



# UMA HOMENAGEM A QUEM CUIDA DO CORAÇÃO.

A Torrent sabe a importância do seu trabalho na melhora da saúde e qualidade de vida das pessoas. Por isso, é com imensa satisfação que parabenizamos você nesta data especial.



**14 DE AGOSTO**  
**DIA DO**  
**CARDIOLOGISTA**

Dr. Ricardo Pavanello

# “A melhor cura é a prevenção”

Apesar de já termos avanços, muitas pessoas ainda não entendem que praticar atividades físicas pelo menos três vezes por semana faz bem para a saúde. Não é só uma questão de estética.

“A melhor cura é a prevenção”, ressalta o Dr. Ricardo Pavanello, Cardiologista da Seção de Coronariopatias do Instituto Dante Pazzanese de Cardiologia (SP), Supervisor da Cardiologia Clínica do HCor-SP, Diretor de Promoção e Pesquisa da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo (Socesp) e Médico-assistente da Equipe Prof. Adib Jatene do Hospital do Coração da Associação do Sanatório Sírio (SP). Segundo o médico, que possui larga experiência na área de Medicina, com ênfase em Cardiologia, atuando, principalmente, em insuficiência cardíaca, insuficiência coronária e cardiologia intervencionista, apesar dos avanços da medicina, como o desenvolvimento de novos métodos para diagnóstico e de medicamentos inovadores, que contribuem para reduzir a mortalidade por problemas cardiovasculares, as pessoas têm uma grande responsabilidade na manutenção de uma boa saúde do coração, pois de nada adiantam esses fortes aliados se os hábitos continuarem inadequados.

E alterar o estilo de vida envolve sim, muitas vezes, força de vontade e sacrifícios. Mudar a alimentação, diminuindo a ingestão de gorduras, doces e frituras; reduzir o sal; ingerir menos bebidas alcoólicas; praticar atividades físicas regularmente; dormir bem, entre outras atitudes, são fundamentais para controlar os fatores de riscos de doenças cardiovasculares, como a hipertensão, o diabetes, a obesidade e o sedentarismo.

Para se ter ideia, o Brasil ainda é um país de sedentários. Embora, o número de esportistas venha crescendo, ainda é pequena a parcela da população que se dispõe a se exercitar diariamente e faz disso um hábito arraigado.

Nem mesmo os benefícios proporcionados pela atividade física – vários estudos comprovam que quem se exercita regularmente aumenta a expectativa de vida, reduz o risco de morte por infarto e derrame, diminui as proba-

bilidades de desenvolver doenças, como câncer, e combate a depressão e o estresse – fazem com que as pessoas se conscientizem da necessidade de cuidarem melhor da saúde. Por isso, a informação é uma das principais aliadas na tentativa de mudar o cenário da saúde no Brasil.

Nos últimos anos, entidades e sociedades médicas, Governo e até mesmo empresas têm desenvolvido várias campanhas e ações para informar a população sobre a melhor forma de cuidar de seu coração.

Graças a essas campanhas, a incidência de infartos até tem diminuído, no entanto, os números ainda preocupam as autoridades da Saúde, que vêm procurando alertar cada vez mais as pessoas.

Afinal, conscientização não é algo que se obtém de uma hora para outra.





É preciso continuidade e frequência. Uma pesquisa realizada recentemente com 6.544 pacientes da unidade de check-up do Hospital Albert Einstein, em São Paulo, mostrou que 91% dos pacientes que estavam em uma condição de alto risco cardíaco no momento da avaliação subestimavam essa situação. O estudo foi coordenado pelo cardiologista Marcelo Katz e publicado no *European Journal of Preventive Cardiology*. O objetivo foi buscar quantificar a percepção que as pessoas tinham de seu próprio risco cardíaco e comparar com o risco real de sofrer eventos cardiovasculares no futuro. Os participantes foram avaliados e classificados de acordo com padrões estabelecidos em três níveis: baixo, médio e alto risco; 72% das pessoas na faixa média também subestimaram sua condição. Vale lembrar que as doenças cardiovasculares atuam de forma silenciosa e, muitas vezes, só são constatadas quando o contexto clínico do paciente já está avançado.

Ficar atento à saúde do coração permite não só a prevenção da doença, mas também o controle da enfermidade e, consequentemente, garante maior longevidade e qualidade de vida ao indivíduo. Portanto, uma importante parcela das mortes poderia ser evitada se as pessoas tivessem consciência e adotassem hábitos e medidas preventivas. Conhecer sobre formas de prevenção, ter conhecimento dos hábitos saudáveis, dos check-ups rotineiros e do diagnóstico precoce pode salvar a vida de muitas pessoas.

Nesta entrevista, Dr. Ricardo Pavanello aborda a importância da mudança de hábitos para controle dos fatores de riscos, bem como fala sobre os desafios do País na área de saúde, no sentido de fazer com que as pessoas que são atendidas nas unidades básicas de saúde pública sejam também beneficiadas pelos modernos tratamentos e medicamentos desenvolvidos nos centros de pesquisa, que, muitas vezes, não estão acessíveis a esses pacientes.





14 DE AGOSTO  
FELIZ DIA DO CARDIOLOGISTA!



COM 60 A 100 IMPULSOS POR MINUTO, O CORAÇÃO  
É O MOTOR DA VIDA.

POR SUA DEDICAÇÃO EM CUIDAR DO CORAÇÃO DE MILHÕES  
DE BRASILEIROS, HÁ UM LUGAR ESPECIAL NO NOSSO,  
E ELE É SEU.

CARDIOLOGISTA, NOSSO MAIOR PARCEIRO. A BIOLAB  
SE ORGULHA DE ESTAR AO SEU LADO A CADA BATIDA.

**biolab**  
FARMACÊUTICA

[www.biolabfarma.com.br](http://www.biolabfarma.com.br)

**Revista UPpharma – As doenças cardiovasculares são as principais causas de mortes hoje no País. Como é essa relação por região?**

**Dr. Ricardo Pavanello** – No Brasil, nesse grupo de doenças temos as cardiovasculares, que são causadoras do infarto do miocárdio, e as cerebrovasculares, que causam o acidente cerebral vascular (AVC).

As duas acometem pessoas de ambos os sexos e têm alta incidência, especialmente, quando se tem influência genética, mas, principalmente, quando não há controle dos fatores de riscos, como colesterol elevado, pressão alta, diabetes, obesidade abdominal, tabagismo e o sedentarismo.

Em regiões menos favorecidas no aspecto socioeconômico e onde o índice de desenvolvimento humano é mais baixo, temos mais ocorrências de AVC. Já em regiões metropolitanas com IDH mais alto, há maior incidência de infartos. Os números das doenças cardiovasculares no Brasil preocupam porque o controle dos fatores de riscos ainda é um desafio em todos os âmbitos. Para se ter ideia, mais da metade dos pacientes que apresentam hipertensão arterial não estão tratados adequadamente. Soma-se a isso quase 1/3 das pessoas com colesterol que também não controlam adequadamente o problema. E quando tratadas, não são seguidas as recomendações das Sociedades de Cardiologia nacionais e internacionais.

**Atualmente, constata-se que outras pessoas, às vezes, até mais jovens, têm sido vítimas de infartos e AVC. O que mudou no grupo de risco?**

Na verdade, no grupo de risco estão pacientes obesos com mais de 55 anos, eventualmente, que apresentam hipertensão ou outros problemas, como obesidade, diabetes etc.

Entretanto, existem fatores genéticos e alguns hábitos de vida não convencionais tratados como fator de risco clássico que pode implicar infarto. Por exemplo, um usuário de cocaína, que não apresente placa de gordura ou diabetes, pode ter um infarto agudo do miocárdio devido ao consumo de tal substância.

Antigamente, o hábito de drogas ilícitas era mais restrito e os diagnósticos eram menos frequentes.

Da mesma forma, as mulheres passaram a chamar mais atenção de autoridades e médicos. Recentemente, a American Heart Association revisou suas recomendações, incluindo particularidades e diferenças entre os sexos nos problemas relacionados ao coração.

Embora tradicionalmente conhecidas por atingirem principalmente os homens, as doenças cardiovasculares são responsáveis por milhões de óbitos por ano entre mulheres ao redor do mundo.

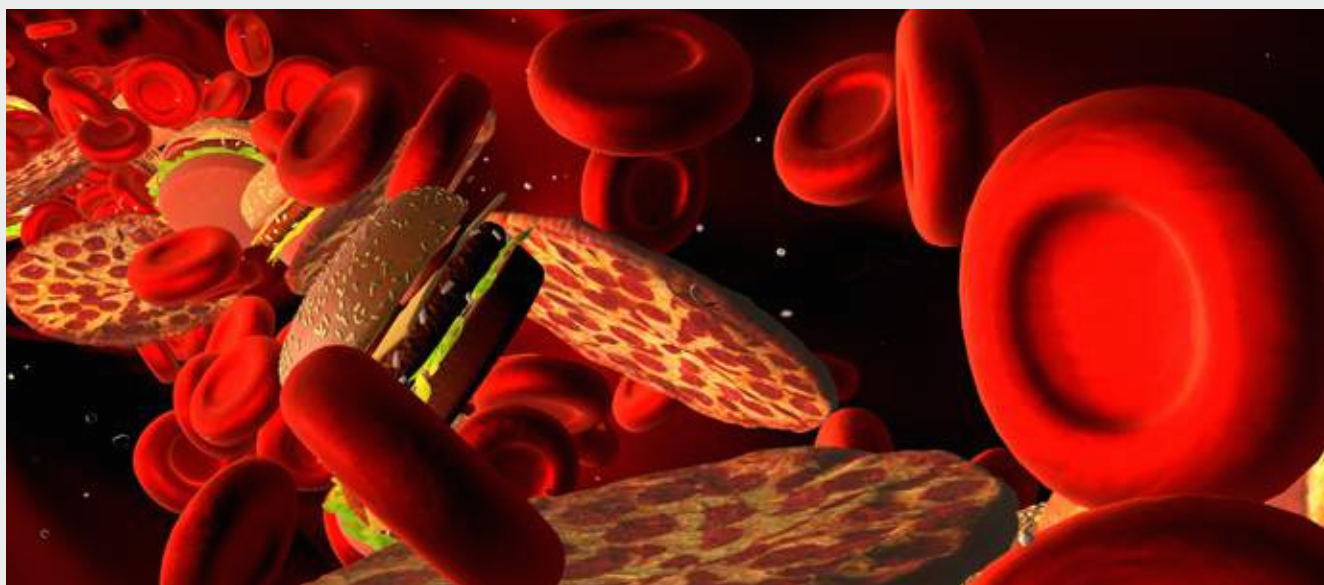
O acúmulo de vários papéis: executiva e empresária, mãe e dona de casa as expõem a um maior estresse e fa-

vorece hábitos, como sedentarismo e má alimentação, levando à obesidade. Além disso, as mulheres de hoje fumam mais do que as de antigamente, aumentando ainda mais o risco de problemas cardiovasculares.

Além das mulheres, a obesidade infantil também já preocupa no Brasil. Diante da maior oferta de alimentos industrializados, ricos em calorias e com pouco equilíbrio nutricional, a obesidade em adolescentes e crianças, assim como acontece nos Estados Unidos, é um dos maiores problemas a serem enfrentados no País nas próximas décadas. É natural que um adolescente ou criança obesos pratiquem menos atividade física e acumulem mais gordura abdominal.



Dr. Ricardo Pavanello





É sabido que essa gordura é preditor de risco cardiovascular.

Esses pacientes também são, em geral, pré-diabéticos, o que piora o quadro. Portanto, se nada for feito, as chances de termos pessoas obesas e com riscos de infarto e AVC na fase adulta são cada vez maiores.

**O senhor comentou que há pessoas com colesterol, hipertensão etc. que não têm esses fatores de risco tratados adequadamente. O diagnóstico no Brasil é um desafio para os médicos?**

Na verdade, nossa estrutura de saúde é problemática. No sistema público de saúde, quando a pessoa tem acesso, ela recebe um atendimento primário e é encaminhada para a realização de exames em outros locais.

Por exemplo, no Instituto Dante Pazzanese, no ambulatório de coronopatias, atendemos mais de dois mil pacientes/mês, sendo a maioria encaminhada pelas unidades básicas de saúde.

Entretanto, nem todos os pacientes conseguem ter acesso aos exames necessários que possam confirmar a presença do problema, bem como quantificar a extensão da doença.

A partir do momento que se tem conhecimento da presença e da extensão da doença é que se traça um tratamento adequado.

E um paciente que procura o sistema de saúde público para uma avaliação anual, ele tem direito ao diagnóstico e a receber toda a atenção quanto ao melhor tratamento e prescrição de medicações.

**A conscientização das pessoas em relação à importância de se adotar hábitos de vida mais saudáveis também é um desafio?**

Muitas vezes, a pessoa passa no médico, toma as medicações necessárias, mas não muda os hábitos. Ou seja, se é hipertenso continua comendo sal em excesso; se é diabético, não diminui a gordura; e se é obeso não faz uma restrição de carboidratos, por exemplo. Portanto, não adianta nada o indivíduo ir até o hospital, fazer um eletrocardio-

grama ou exames mais sofisticados, se não mudar o estilo de vida.

Apesar de já termos avanços, muitas pessoas ainda não entendem que praticar atividades físicas pelo menos três vezes por semana faz bem para a saúde. Não é só uma questão de estética, pois além de controlar o peso, ajuda na saúde do coração.

**A Socesp tem feito várias campanhas e ações, especialmente em datas específicas, para conscientizar em relação à adoção de hábitos de vida mais saudáveis. Mas como a entidade orienta os médicos para ajudarem nesse trabalho de conscientização?**

Na verdade, a Socesp atua em três frentes. A primeira é junto aos cardiologistas. Durante o ano, organizamos vários cursos de reciclagem de capacitação para especialistas, que são feitos em São Paulo e em nossas regiões, no interior.

Para os médicos da rede pública também promovemos aulas, que são ministradas pela internet, abordando diversos temas, como problemas com hipertensão arterial, insuficiência cardíaca, infarto agudo do miocárdio, arritmias e uma série de outros aspectos indispensáveis na prática clínica dos profissionais que fazem o atendimento na ponta. Ao receberem essa capacitação, eles estarão aptos, gradativamente, a realizar a prevenção primária e a encaminhar de forma mais adequada os pacientes para os hospitais terciários. Outra frente de atuação da Socesp é junto ao público leigo, realizando diversas campanhas, com foco

no controle do colesterol, diabetes, hipertensão, combate ao tabagismo etc., no sentido de esclarecer a população da importância da avaliação periódica e do controle dos fatores de riscos. São ações contínuas realizadas em várias datas durante o ano.

Final, sem o controle dos fatores de riscos, sem a prevenção, não existe abordagem adequada. Ou seja, a melhor cura é a prevenção.

**Na sua opinião, quais são os desafios do Brasil na área de saúde?**

Hoje, no Brasil, as pesquisas científicas, as de bancada, estão bem desenvolvidas e são responsáveis pelas descobertas de novas moléculas, que auxiliam no aprimoramento da cardiologia, com o advento de tratamentos cada vez mais inovadores.

A pesquisa de bancada é indispensável para o tratamento do paciente cardiopata. E nisso, felizmente, o Brasil tem se destacado.

A próxima etapa é fazer essas inovações chegarem aos pacientes de fato. Ou seja, é permitir o acesso desses avanços tecnológicos do ponto de vista farmacológico ou de equipamentos para a população. Nesse sentido, será fundamental o envolvimento das sociedades de cardiologia, dos órgãos públicos e privados, dos hospitais particulares, filantrópicos ou não filantrópicos, das entidades mistas, de modo a realizarmos um trabalho conjunto. Enfim, é uma responsabilidade que deve ser dividida por todos. Sem a participação de todas as áreas não conseguiremos fazer com que os avanços da pesquisa científica saiam da bancada para benefício da população. 



Antonio Carlos Lopes

# A essência da universidade deve ser mantida, jamais corrompida

O ensino público está em decadência evidente – não é à toa que 75% das universidades são particulares

De origem latina, universidade significa conjunto, comunidade.

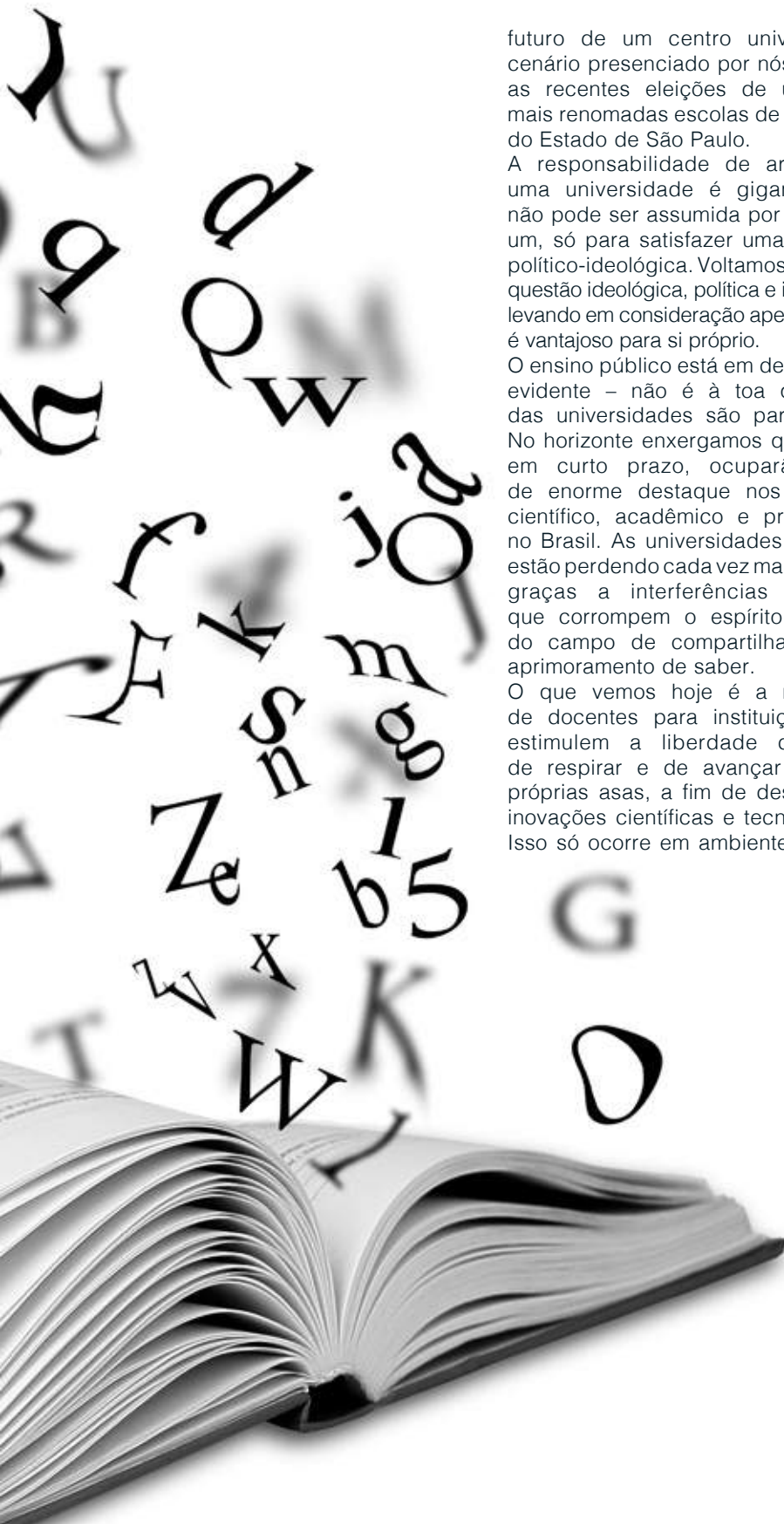
Este termo deve ser carregado para além da congregação entre estudantes e mestres detentores do conhecimento, os quais visam fundir-se intelectualmente dentro de um conceito multidisciplinar. Universidade deve envolver a todos, dentro e fora de suas paredes, para, assim, criar o universo do saber – cujo poder transformador é imensurável.

Isso posto, afirmo categoricamente que a visão dessa instituição no Brasil deve ser remodelada com urgência. Atualmente, o Conselho Universitário, órgão máximo, é composto por integrantes de diversas faculdades e que, infelizmente, encaminham as discussões coletivas para interesses pessoais e/ou segmentados. Como é possível um imenso conflito de ideias, sem eixo comum, levar a decisões que beneficiem a todos?

Isso acarreta em grande perda qualitativa nas grandes universidades públicas nacionais, haja vista que o núcleo executivo é, muitas vezes, refém de ligações político-partidárias. Logo, manchado por arranjos ideológicos, o nivelamento de seus cursos ocorre por baixo, desvalorizando-se na essência e sem aulas expoentes.

Reflexo dessa realidade é, por exemplo, o resultado do Exame do Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo (Cremesp), realizado em outubro de 2014, reprovando mais da metade dos recém-formados – 55% não acertaram nem 60% da prova, o mínimo esperado. Também podemos debruçar sobre o Exame de Ordem dos Advogados do Brasil (OAB): entre 2010 e 2014, apenas 18% foi aprovado. Uma má gestão afeta o geral; alunos, professores e comunidade. Para reverter tal quadro, também é imperioso erradicar da Lista Tríplice, a qual indica pessoas para o cargo de diretor de uma escola. Desconsiderando o número de votantes, indivíduos completamente incapacitados colocam em risco o





futuro de um centro universitário; cenário presenciado por nós durante as recentes eleições de uma das mais renomadas escolas de Medicina do Estado de São Paulo.

A responsabilidade de arcar com uma universidade é gigantesca e não pode ser assumida por qualquer um, só para satisfazer uma corrente político-ideológica. Voltamos, assim, à questão ideológica, política e individual, levando em consideração apenas o que é vantajoso para si próprio.

O ensino público está em decadência evidente – não é à toa que 75% das universidades são particulares. No horizonte enxergamos que estas, em curto prazo, ocuparão lugar de enorme destaque nos campos científico, acadêmico e profissional no Brasil. As universidades públicas estão perdendo cada vez mais espaço graças a interferências externas que corrompem o espírito genuíno do campo de compartilhamento e aprimoramento de saber.

O que vemos hoje é a migração de docentes para instituições que estimulem a liberdade de criar, de respirar e de avançar com as próprias asas, a fim de desenvolver inovações científicas e tecnológicas. Isso só ocorre em ambientes férteis,

com reitores bem alinhados com as necessidades do coletivo.

Aproveito, então, para parabenizar Marco Antonio Zago, reitor da Universidade de São Paulo, que trabalha arduamente para recuperar o alto patamar antigamente ocupado pela USP, além de erguer-se da crise financeira. Atuando de modo a incentivar a ousadia dos pesquisadores, Zago é o modelo de gestor culto e inteligente, fundamental para o bom desempenho de toda escola. Universidade, bem como conhecimento, deve ser livre de fronteiras, mantendo as bases fortemente fincadas em terrenos sólidos e fecundos. Deve ter a participação do coletivo, alunos, docentes, técnicos administrativos em educação e servidores. Nada pode ser capaz de perverter sua essência, sobretudo, os embates políticos. Devemos lutar pela qualidade, pela força, pela veracidade e pela autenticidade de nossas instituições. Olhando para o norte, sempre desejando o melhor, nunca podemos perder nosso propósito e nossa virtude. 



.....  
Antonio Carlos Lopes é Presidente da  
Sociedade Brasileira de Clínica Médica  
[www.sbcm.org.br](http://www.sbcm.org.br)

Adolfo Saettini Filho

# O mercado de aplicativos não para de crescer

## Uma janela de oportunidade para a indústria farmacêutica

Hoje, o Brasil é o quinto maior consumidor de aplicativos do mundo, movimentando mais de 25 bilhões de dólares por ano somente com esse item. A expectativa é de que esse número suba para 70 bilhões até 2017, segundo previsão da consultoria Gartner, especializada em pesquisas de TI e que hoje atende a mais de 9.100 empresas no mundo.

Com a dinâmica das relações pessoais e empresariais, não pensar hoje em tecnologia é estar na contramão dos avanços das empresas.

Por mais que o papel ainda tenha seu espaço – e, muitas vezes, seja a melhor opção para algumas estratégias –, a área digital faz uma grande diferença quando o assunto é praticidade. Mercado ainda novo, os aplicativos hoje são utilizados como complemento de métodos tradicionais, mas a consultoria Gartner defende que, em alguns anos, serão a primeira plataforma de negócios nas empresas.

Outra pesquisa realizada pela consultoria em 2013, com 40 mil pessoas, aponta que a média diária dos usuários conectados à internet é de quase duas horas, sendo que quatro em cada cinco pessoas fazem isso pelo smartphone. Quando questionados sobre o uso de aplicativos, os entrevistados afirmaram gastar mais tempo nestes do que em sites. Tanto que, em 2012, o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, reconhecendo esse rápido crescimento, decretou a obrigatoriedade de que os smartphones produzidos no Brasil tivessem, ao menos, cinco

aplicativos nacionais; em 2014, o número mudou para 15 – apesar do incentivo do Governo ainda ser ínfimo se comparado ao investimento e crescimento internacional na área. Hoje, nosso País conta com poucas empresas especializadas, na maioria das vezes, startups, que se aventuram e crescem rapidamente (acima da média de outros setores), porém, com pouca capacidade de lidar com a demanda de seus clientes e sem a estrutura necessária para manter os aplicativos no ar.

Lembra Cristiano André da Costa, Professor-Doutor em Ciência da Computação pela UFRGS, em entrevista fornecida à Revista Pense Empregos, que ainda faltam empresas especializadas em determinados nichos e que os desenvolvedores precisam ter conhecimentos sólidos em algoritmos e estrutura de dados, além de criatividade e ótimo atendimento ao cliente, visto que é um mercado que ainda causa insegurança. Na área de Medicina, por exemplo, a maioria dos aplicativos é voltada para o usuário final (paciente) e contém informação de uso comum (como cadernetas de vacinas para pais acompanharem a saúde de seus filhos). Mas, a quantidade de aplicativos dedicados exclusivamente à classe médica é pequena, principalmente por ser um setor orientado por órgãos regulatórios. Além disso, dos 5.000 aplicativos da área de saúde contabilizados pela Apple em sua loja, apenas 10% são gratuitos.

Cabe lembrar que os aplicativos fornecidos raramente possuem senhas,

permitindo que qualquer usuário tenha acesso a conteúdos exclusivos a profissionais de saúde, o que pode causar certa preocupação a laboratórios e médicos. O ideal é que aplicativos destinados à área médica sejam desenvolvidos por empresas especializadas, como editoras e agências, que dominam o ambiente de negócio orientado por normas e procedimentos da Anvisa. Preferencialmente, é mais seguro e eficiente contratar empresas com vasta experiência no segmento farmacêutico-regulatório para desenvolvimentos de apps. Para voar, ainda é preciso começar com os pés no chão. 

Pesquisa completa: MAOZ, Michael; DESISTO, Robert P. The Future of Enterprise Applications Mobility, 09 jul. 2014.

Adolfo Saettini Filho é Diretor-Executivo da Conectfarma Publicações Científicas Ltda.  
E-mail: [adolfo@conectfarma.net](mailto:adolfo@conectfarma.net)



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](mailto:assinatura@dpm.srv.br)

**DPM**  
EDITORA  
[www.dpm.srv.br](http://www.dpm.srv.br)

# Pesquisa Exame aponta as melhores e maiores empresas do setor farmacêutico

No ranking Melhores por pontos obtidos, o primeiro lugar ficou com o laboratório Roche, seguido pelo Aché e EMS Sigma Pharma. Na classificação Maiores, a Hypermarchas apareceu na primeira colocação.

O setor farmacêutico mais uma vez volta a ser destaque no levantamento da Revista Exame *Melhores e Maiores 2015*. Os resultados da pesquisa, realizada anualmente, saíram em junho e comprovam a preocupação das empresas classificadas com a pesquisa e a busca pela inovação.

No ranking Melhores por pontos obtidos, o primeiro lugar ficou com o laboratório Roche, seguido pelo Aché e EMS Sigma Pharma, respectivamente, segundo e terceiro lugares.

Registrando bom desempenho no País, o Roche obteve no ano passado uma receita líquida de US\$ 904 milhões e lucrou quase US\$ 68 milhões. Segundo apurado pela Exame, o laboratório investiu nos últimos três anos cerca de R\$ 370 milhões em pesquisa e desenvolvimento no Brasil. Conforme o levantamento, em 2016, a empresa deve lançar medicamentos para o tratamento do câncer de pele. Ainda de acordo com a publicação, a companhia mantém parcerias com 240 instituições envolvidas em 79 projetos de pesquisa.

Sua média de riqueza gerada por empregado (mais de 177 000 dólares per capita) é a maior do setor. O Brasil representa 2% da receita global da Roche e 40% da América Latina, sendo o sexto maior mercado da multinacional suíça.

Na classificação Maiores, a Hypermarchas apareceu em primeiro lugar, detendo um patrimônio líquido de US\$ 2,6 bilhões. Em 2014, a empresa faturou US\$ 1,6 bilhão. Na segunda e terceira colocações ficaram, respectivamente, Pfizer e Novartis.

No ranking crescimento, a Brainfarma foi a vencedora. Na sequência vieram Zoetis e Prati-Donaduzzi. Já em relação à liderança do mercado, a Hypermarchas conquistou o primeiro lugar, seguida pela Novartis e Roche, respectivamente.

Em rentabilidade, aparecem Prati-Donaduzzi na primeira colocação, além de EMS Sigma Pharma e FQM na segunda e terceira. 

## Confira a seguir os rankings.

### Melhores

- 1) Roche
- 2) Aché
- 3) EMS Sigma Pharma
- 4) Zoetis
- 5) FQM
- 6) Prati-Donaduzzi
- 7) Novartis
- 8) União Química
- 9) Eurofarma
- 10) Merck
- 11) B. Braun
- 12) Sanofi-Aventis
- 13) Hypermarcas
- 14) Merial
- 15) Brainfarma

### Maiores

- 1) Hypermarcas
- 2) Pfizer
- 3) Novartis
- 4) Roche
- 5) EMS Sigma Pharma
- 6) Eurofarma
- 7) Sanofi-Aventis
- 8) Aché
- 9) DSM/Tortuga
- 10) Merck

### Crescimento (aumento de vendas líquidas no ano, já descontada a inflação)

- 1) Brainfarma
- 2) Zoetis
- 3) Prati-Donaduzzi
- 4) União Química
- 5) FQM
- 6) Aché
- 7) Merial
- 8) Eurofarma
- 9) B. Braun
- 10) EMS Sigma Pharma

### Liderança de Mercado

- 1) Hypermarcas
- 2) Roche
- 3) EMS Sigma Pharma
- 4) Eurofarma
- 5) Sanofi-Aventis
- 6) Aché
- 7) DSM Tortuga
- 8) Merck
- 9) Medley

### Liquidez Corrente

- 1) União Química
- 2) B. Braun
- 3) Roche
- 4) Zoetis
- 5) Sanofi-Avetis
- 6) Medley
- 7) Merial
- 8) Merck
- 9) Aché
- 10) EMS Sigma Pharma

### Rentabilidade

- 1) Prati-Donaduzzi
- 2) EMS Sigma Pharma
- 3) FQM
- 4) Aché
- 5) Merck
- 6) Roche
- 7) Eurofarma
- 8) Novartis
- 9) Brainfarma
- 10) DSM/Tortuga

### Riqueza/Empregado

- 1) Roche
- 2) Zoetis
- 3) Aché
- 4) Novartis
- 5) FQM
- 6) Eurofarma
- 7) Merial
- 8) Hypermarcas
- 9) União Química
- 10) B. Braun

Fonte: Revista Exame



Arnaldo Pedace

# O hábito de reclamar

Como é desagradável na vida convivermos com pessoas que têm o hábito de reclamar, de lamentar, de suspirar constantemente sob o “peso da vida”... Imagine agora um profissional que reclama do mercado, do dólar, do seu salário, da empresa, dos colegas, dos clientes. Provavelmente, seus resultados serão também bastante pobres. Ao seu lado, um colega tem exatamente as mesmas condições, mas prospera.

E como é pior ainda quando nós mesmos começamos a sucumbir a este triste vício de comportamento.

Temos nas empresas gente que chega de cara fechada, levanta toda hora para tomar um café apesar das milhares pendências que tem para resolver, e, também leva o colega da mesa ao lado para “desabafar”. Grita ao telefone com o cliente e está sempre com um ar de descrença. Uma pessoa que deseja realmente crescer, melhorar e evoluir deve, em primeiro lugar e acima de tudo, desejar realmente que algumas mudanças ocorram em sua vida. Para tanto, ela deve saber que, para que ocorram as mudanças externas, sejam em relação ao trabalho, à situação financeira, ao relacionamento com pais, filhos, namorado(a), enfim, sejam em qualquer área de sua vida, é essencial que haja, antes, uma mudança interna. O que precisamos é entender que estamos rodeados de ferramentas para nos auxiliar a mudar a forma de pensar, de agir e de se comportar diante da vida. Tem uma frase que eu li uma certa vez que diz assim: “Se você continuar tendo as mesmas atitudes que sempre teve, vai continuar obtendo os mesmos resultados que sempre obteve.”

Isso significa que para obter novos resultados é preciso ter novas atitudes e postura!

A essência dessa transformação é a crença numa equação simples que nada tem de matemática: **TRABALHO + TALENTO = SUCESSO**. Não por acaso o **TRABALHO** vem antes do **TALENTO**.

Tem um ditado espanhol que diz que não existe pior cego do que aquele que não quer ver. A resposta para o sucesso e a prosperidade está aí, bem à sua frente, mas tem de querer enxergar. Aproveite o que você tem disponível, mesmo que seja pouco

Se você continuar tendo as mesmas atitudes que sempre teve, vai continuar obtendo os mesmos resultados que sempre obteve.

ou limitado, e você, com certeza, vai prosperar muito mais do que alguém do lado com as mesmas oportunidades, mas que não as usa porque está ocupado demais reclamando. 

.....  
**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](mailto:sindusfarma@sindusfarma.org.br)



Acompanhe as notícias,  
agenda e placares  
em tempo real:

Curta a página  
no Facebook!



[fb.com/jogos.sindusfarma](https://fb.com/jogos.sindusfarma)

Acesse o  
novo site!

[www.jogossindusfarma.com.br](http://www.jogossindusfarma.com.br)

PATROCÍNIO OURO:



PATROCÍNIO BRONZE:



WHEATON BRASIL



APOIADORES:



COTA DE PARTICIPAÇÃO:



Luís Tadeu Strongolli

# As estratégias para crescer no Brasil

O foco dos investimentos em 2015 será a Força de Vendas, que receberá mais treinamentos com o objetivo de aumentarmos a especialização de nossos profissionais.

Presente no Brasil desde 2002, a Torrent tem ganhado posições no competitivo mercado farmacêutico. No ano passado, a empresa registrou faturamento de R\$ 340 milhões, um resultado 24% superior ao de 2013.

O fato é que desde a sua chegada ao País, a Farmacêutica vem desenvolvendo estratégias que visam levar seus produtos a todas as classes sociais. Inicialmente ingressou no Brasil para competir com as gigantes do segmento de similares nas áreas cardiovascular e sistema nervoso central. Após mais de dez anos de investimentos, a companhia decidiu, em 2013, entrar no mercado de genéricos, o que alavancou o crescimento e fortaleceu seu portfólio de produtos. Para se ter ideia, hoje, a Torrent é a 36ª colocada no ranking em dólares e continua crescendo uma média de 20% desde que apostou no mercado brasileiro.

Para falar um pouco mais sobre a atuação da companhia e dos planos para o País, a Revista UPpharma entrevistou o atual Presidente da empresa, Luís Tadeu Strongolli, que ocupa o cargo desde 2013, e vem dando sequência aos investimentos do laboratório.

O objetivo da empresa é conquistar a liderança no segmento de genéricos nas áreas sistema nervoso central, cardiovascular e diabetes. Veja mais.

**UPpharma – Como tem sido a trajetória da Torrent no Brasil?**

**Luís Tadeu Strongolli** - A Torrent chegou ao Brasil em 2002, com o objetivo de disputar com outras gigantes o segmento de similares, oferecendo produtos voltados para o sistema nervoso central e cardiovascular. Para ganhar esse mercado, a Torrent definiu uma estratégia de vendas que une produtos

de alta qualidade a preços acessíveis a todas as classes sociais. E foi uma decisão acertada. A companhia, que começou entre as 200 do ranking nacional em seu ramo, tem hoje 528 funcionários, 32 produtos em carteira e é a 36ª colocada no ranking em dólares, crescendo a uma média de 20% ao ano desde que entrou no País.

Uma pesquisa de imagem, recentemente encomendada pela Torrent, constatou que o laboratório está entre os dez mais lembrados pelos médicos. A empresa encerrou o ano de 2014 com resultado 24% acima do anterior com um faturamento de R\$ 340 milhões. Um dos fatores para o bom desempenho pode ser atribuído em especial à entrada da Torrent no segmento de genéricos, em 2013.

Outro fator positivo foi o sucesso do lançamento do Neblock, medicamento anti-hipertensivo de última geração.



Resultado de um investimento de US\$ 10 milhões de dólares, o neбиволol da Torrent foi desenvolvido na Índia e foi o primeiro similar em um mercado que movimenta pelo menos US\$ 20 milhões ao ano. Com o Neblock, a Torrent espera conquistar 20% desse total, contando, para isso, com sua política de preços, que o torna pelo menos 50% mais barato que a marca de referência.

**Com os constantes investimentos, a Torrent ganhou posições no mercado farmacêutico brasileiro. Como está posicionada hoje a empresa?**

Sem dúvida, uma das principais conquististas da Torrent no Brasil foi melhorar nossa posição no ranking. Em 2002, estávamos entre as 200 maiores companhias e hoje ocupamos o 36º lugar. Este ano, dividimos a Força de Vendas nas áreas de atuação: Cardiovascular e Diabetes, Sistema Nervoso Central, Trade (farmácia) e Hospitalar. O objetivo será especializar ainda mais nossos representantes. Ao mesmo tempo em que segmentamos os nossos produtos, aumentamos ainda mais nosso expertise.

**Com referência aos produtos, quais os carros-chefes hoje da companhia?**

Ao todo, temos um portfólio composto por 32 produtos, mais os da linha de genéricos. Os carros-chefes (TOP 10) são: Venlift OD, Azukon MR, Rosucor, Lamitor, Indapen SR, Menelat, Epéz, Espran, Torlós e Neblock.

**Quais linhas de produtos da Torrent que apresentaram maior crescimento e tiveram maior número de lançamentos no último ano?**

Atuamos em três divisões: a Pharma, Genéricos e Hospitalar. No último ano, lançamos o Neblock e o seu Genérico, o Nebivolol. Neste ano, lançamos a Gabapentina, outro genérico.

**Quantos profissionais compõem a Força de Venda do laboratório hoje?**

São 270 propagandistas e 28 PDVs (vendedores que atuam somente nas farmácias vendendo produtos da Farma e Genéricos), sem contar com os gerentes.

**Qual a preocupação da companhia com a formação e capacitação dos propagandistas?**

Investimos em treinamento com reuniões trimestrais. Posso afirmar que é um treinamento maciço com o objetivo de ter uma Força de Vendas altamente capacitada. Os propagandistas são treinados tecnicamente e cientificamente para fazer o trabalho de divulgação e promoção dos produtos junto aos médicos com a maior credibilidade possível.

**Qual a representatividade do Brasil nos negócios do grupo? É um mercado representativo?**

Hoje, o Brasil é a terceira força mundial. Os maiores mercados para companhia são o mercado interno indiano, Estados Unidos e Brasil.

**A Torrent também vem investindo em ações sociais. Como é a atuação da empresa na área de responsabilidade social?**

Podemos dizer que a empresa se preocupa em fazer produtos modernos, atualizados, com preços extremamente competitivos e acessíveis a todos. Além disso, a Torrent do Brasil, por meio das Leis de Incentivo Fiscal, apoia diversos projetos ligados ao esporte e à cultura brasileira.

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

Existem alguns estudos clínicos inovadores no segmento em que trabalhamos – diabetes, sistema nervoso central e cardiovascular – sendo feitos para se tornarem lançamentos nos próximos anos.

A Torrent, por meio de seu Centro de Pesquisas (CTP), é reconhecida internacionalmente e credenciada em várias agências de Saúde ao redor do mundo. Estabelecido em Ahmedabad, na Índia, o CPT mantém uma equipe de mais de 700 cientistas.

São instalações modernas e profissionais capacitados para que nosso processo de estudos clínicos seja comple-



Luís Tadeu Strongoli

to em todas as fases: de pré-clínica à fase IV. Além disso, a Torrent trabalha também em parceria com renomados institutos de pesquisa dentro e fora da Índia, visando aumentar sua capacidade nesta área.

A busca constante de inovação são características essenciais em todos os aspectos de nossas atividades. Na verdade, criatividade e inovação estão claramente expressas pela grande quantidade de lançamentos feitos anualmente pela empresa.

Anualmente, o percentual de investimento da empresa na área de P&D é de 10% das vendas mundiais.

#### **Em média, quantos produtos o laboratório lança anualmente?**

A média é de dois a três produtos por ano.

A Torrent vem se destacando na área de genéricos. Quais os planos da empresa para esse segmento nos próximos anos?

O mercado de genéricos é um segmento atrativo para o laboratório no Brasil e pretendemos aumentar nossa participação nesse setor. Atualmente, temos um portfólio de produtos bas-

tante específicos, mas a tendência é ampliarmos esse portfólio de produtos nos próximos anos.

Trata-se de um mercado promissor e pretendemos ser líder nos segmentos em que trabalhamos: sistema nervoso central, cardiovascular e diabetes.

#### **Quais as expectativas da empresa em 2015 diante de uma economia em desaceleração? Como serão priorizados os investimentos?**

A empresa estimula um crescimento de 25% no mercado em que atuamos: SNC, cardiovascular, diabetes, genéricos e hospitalar. O foco dos investimentos será a Força de Vendas, que receberá mais treinamentos com o objetivo de aumentarmos a especialização de nossos profissionais.

#### **O desenvolvimento de medicamentos biológicos parece ser uma tendência que ganha força no mercado brasileiro. Qual o posicionamento da companhia em relação à biotecnologia?**

A companhia enxerga esse mercado. Por isso, estamos trabalhando no desenvolvimento de produtos biotecnológicos e pretendemos trazer estes

produtos para o mercado brasileiro nos próximos anos.

Qual a sua visão sobre o mercado farmacêutico brasileiro? Como deve ser o futuro do setor nos próximos anos?

O mercado brasileiro continua crescendo apesar da crise econômica.

A indústria farmacêutica, por sua vez, cresceu, e vejo que continuará evoluindo cada vez mais, pois é um setor muito promissor tanto para os produtos similares quanto, principalmente, para os genéricos.

A tendência dos genéricos é chegar ao patamar de 35% no mercado farmacêutico, tendo em vista que, atualmente, esse percentual está em 25%. Nossa visão é otimista. **UP**

## **Principais marcos na história da companhia**

### **2002**

A Torrent entra no Brasil, lança seis medicamentos no mercado nacional e já começa empregando 78 pessoas.

### **2003**

Anvisa certifica Centro de Pesquisas do laboratório na Índia para realização de estudos de Bioequivalência e Biodisponibilidade. Em apenas 12 meses no Brasil, a Torrent já contava com 14 similares no mercado, além de uma equipe com 70 propagandistas.

### **2004**

O Brasil torna-se o segundo principal mercado da Torrent. O resultado da filial brasileira nos quatro primeiros meses de 2004 ultrapassa o obtido pela subsidiária da Rússia. Em apenas 20 meses de atuação no Brasil, a Torrent tem 17 produtos em seu portfólio.

### **2006**

Torrent Brasil passa a atuar em três linhas de medicamentos – Cardiovascular, Sistema Nervoso Central e Antidiabéticos e responde por 15% do faturamento da Torrent Pharma, grupo mundial.

### **2009**

A Torrent Pharma finaliza a fase I do programa avançado de glicosilação de produtos finais para o tratamento de diabéticos com insuficiência cardíaca e suas complicações e entra na fase II de pesquisa clínica em países como a Inglaterra, Alemanha, Rússia, Servia e Holanda.

### **2012**

Com dez anos de Brasil, a Torrent conta com mais de 500 profissionais e 32 medicamentos em seu portfólio.

### **2013**

A Torrent do Brasil lança Neblock, medicamento para hipertensão. O bloqueador  $\beta$  altamente seletivo com atividade vasodilatadora adicional. O laboratório ingressa no segmento de Genéricos, fortalecendo ainda mais a marca no Brasil.



# AGÊNCIA DE WEBDESIGN



Há 10 anos no mercado de Internet, desenvolvendo e mantendo projetos interativos, focados no resultado.

Sites, Hot sites, Portais, Email-marketing, Google Adwords, Sites para mobile (smartphones) e Mídias sociais.

**Todos esses serviços esperando por Você.**



Entre em contato hoje mesmo e peça visita de nossa área comercial.

[www.3dgarage.com.br](http://www.3dgarage.com.br)  
[3dgarage@3dgarage.com.br](mailto:3dgarage@3dgarage.com.br)



## completa 42 anos e mantém compromisso de contribuir com o aprimoramento profissional

Com o objetivo de oferecer cada vez mais produtos e serviços de qualidade aos associados, o Grupemef estabeleceu parceria com o IMS Health e Atitude para desenvolvimento de um programa de educação continuada.

Para fechar a série de reportagens sobre as associações representativas do setor, nesta edição vamos resgatar um pouco da história do Grupemef – Grupo de Profissionais do Mercado Farmacêutico, uma entidade sem fins lucrativos, que completa 42 anos em 2015, cuja atuação tem sido extremamente importante para o desenvolvimento dos executivos da indústria farmacêutica no País.

A história do Grupemef começou bem antes da fundação oficial da entidade. No final da década de 1970, um grupo de visionários, formado por Trisetino Perri, então gerente do departamento de Planejamento de Mercado da Laborerápica Bristol, juntamente com os colegas, João Cláudio Pereira dos Santos e Marcos Campomar, dois profissionais de peso, já demonstravam preocupações com o destino da pesquisa de mercado no País. Afinal, não se tinha números da indústria farmacêutica, pois as empresas costumavam guardar essas informações a sete chaves. Da mesma forma, o profissional de pesquisa de mercado atuava, basicamente, na coleta e interpretação de dados do mercado, visando identificar oportunidades para melhorar o giro dos produtos nos pontos de venda e a divulgação junto à classe médica.

Na tentativa de melhorar essa atividade, o grupo passou a se reunir informalmente com profissionais de outros



laboratórios para troca de ideias e experiências sobre o segmento.

Essa iniciativa ganhou corpo e, no final da década de 1960, exatamente em 6 de outubro de 1967, aconteceu a primeira reunião dos pesquisadores de mercado que formalizou as ações que já vinham sendo implementadas por eles, sem que houvesse um grupo estabelecido formalmente.

A partir daí, as reuniões passaram a acontecer regularmente. Três anos depois, o Grupemef ganhou sua primeira denominação: Associação de Pesquisadores de Mercado Farmacêutico (APEMEF), que precedeu a adoção do nome Grupemef.

Em 1971, foi criado um projeto para estatuto da entidade, documentado em novembro desse mesmo ano. Na época da publicação do estatuto da entidade, no Diário Oficial do Estado de São Paulo, em 1972, foi lançado também o primeiro “Boletim Grupemef”, que se tornou a base para a criação da Revista Grupemef alguns anos depois.

### Mantendo as raízes

A fundação oficial ocorreu em 12 de setembro de 1972 e, de lá para cá, a entidade se adaptou às mudanças e continuou sua missão de contribuir

para a atualização e reciclagem dos profissionais do mercado farmacêutico. A atual diretoria, encabeçada por Humberto Katori, tem mantido esse compromisso. Para tanto, a associação, por meio de parceria com outras entidades e empresas, tem desenvolvido projetos para capacitação dos profissionais, que sempre foi um dos pilares da entidade, com o objetivo de: promover o intercâmbio sociocultural e de informações de marketing farmacêutico, sob forma de palestras, cursos, simpósios, workshops, congressos e pesquisas; fomentar o aprimoramento dos métodos de pesquisa de mercado, de gerência de produtos e de marketing geral e patrocinar eventos de cunho sociocultural relacionados com a pesquisa de mercado do ramo farmacêutico e outros temas de interesse profissional de seus associados; bem como criar, organizar e manter atualizados centros de informações mercadológicas, técnicas culturais à disposição de seus associados.

Com o objetivo de oferecer cada vez mais produtos e serviços de qualidade aos associados, recentemente, o Grupemef estabeleceu parceria com o IMS Health e Atitude para desenvolvimento de um programa de educação continuada com foco em profissionais das áreas de Inteligência de Mercado, Marketing e Vendas. A ideia do projeto surgiu de uma necessidade identificada junto aos laboratórios que mostrou que os profissionais encontram dificuldade quando precisam na prática utilizar as informações das auditorias e transformar esses dados em informações mais estruturadas com visões estratégicas. O objetivo desse programa é alinhar conceitos e desenvolver o pensamento estratégico com foco em resultados.

O piloto foi realizado em abril deste ano com o laboratório Zambon e cobriu cerca de 180 pessoas, incluindo Gerentes Distritais, representantes e profissionais de Marketing.

Outro projeto importante do Grupemef neste ano foi o estabelecimento de uma parceria com o Sindusfarma.





O objetivo é realizar em conjunto todas as pesquisas Adhoc solicitadas também pelos associados ao Sindusfarma. Vale lembrar que a entidade tem realizado as pesquisas Adhoc de acordo com a necessidade dos laboratórios de abordar temas relevantes em evidência no mercado. Tais pesquisas são restritas somente aos associados.

O Sindusfarma também faz um trabalho semelhante ao do Grupemef com pesquisas rápidas. Com a parceria, as solicitações serão recebidas pelo Grupemef, que utilizará uma ferramenta de pesquisa online para formatá-las, sendo que o convite para a participação será enviado tanto para laboratórios associados do Grupemef quanto para associados do Sindusfarma.

Com isso, haverá um aumento expressivo no número de pesquisas realizadas e do número de participantes por pesquisa, já que será possível obter uma amostra maior de laboratórios participantes. Além disso, a entidade aproveitará para divulgar os outros serviços oferecidos aos laboratórios não sócios, que participarão das pesquisas.

A parceria com o Sindusfarma também garantirá retorno rápido aos participantes, divulgação de informações relevantes com temas em evidência no mercado, sem contar o apoio de uma entidade de credibilidade, como o Sindusfarma.

## Nova metodologia Lupa de Ouro

Outra novidade neste ano é a apresentação da nova metodologia da Lupa de Ouro, um das grandes realizações do Grupemef, que também surgiu no passado.

A Lupa de Ouro se tornou a mais importante premiação do marketing farmacêutico, contemplando anualmente as principais campanhas e profissionais do setor em várias categorias. Desde sua primeira edição, em 1981, o congraçamento ganhou corpo e hoje é a festa mais esperada no segmento.

Conforme revelou o presidente do Grupemef, Humberto Katori, a intenção é, em 2016, quando o Prêmio Lupa de Ouro completará sua quadragésima edição, realizar um evento com maior público, contando, inclusive, com a presença da Força de Vendas, que é também grande responsável pelo sucesso das campanhas premiadas.

Neste ano, a data da premiação já foi definida. Será em 26 de novembro, no teatro WTC, em São Paulo. “A ideia é nos prepararmos esse ano para realizar um evento de maior requinte e maior público na quadragésima edição em 2016. Em 2015, teremos um público um pouco menor de 500 participantes e o tema será uma continuidade do tema anterior ‘de que somos feitos’. O objetivo é mostrar mais elementos que compõem a nossa existência e finalizar em 2016, juntando todos os elementos que

agregam neste tema”, explica Katori. Segundo ele, a necessidade de mudança da metodologia da Lupa de Ouro foi constatada por meio de pesquisas realizadas ao longo dos anos. O principal objetivo da mudança é fazer com que o Grupemef busque as melhores campanhas sem ter a dependência de inscrições. Em 2015, a entidade contará com apoio técnico do IMS Health e Close-Up, criando um ranking das melhores campanhas. Ou seja, não serão necessárias inscrições e não haverá avaliações qualitativa ou subjetiva das campanhas, permitindo que todos os laboratórios possam participar. Em breve, mais informações sobre a nova metodologia poderão ser obtidas no site do grupemef ([www.grupemef.com.br](http://www.grupemef.com.br)).

“Nosso objetivo é desenvolver novos produtos e serviços que possam contribuir para maior capacitação dos

profissionais e crescimento do setor farmacêutico no Brasil. Em um cenário de grande adversidade e competitividade, a informação torna-se ainda mais valiosa. Queremos levar informações sempre relevantes para os laboratórios e para os profissionais, de modo que possam traçar suas estratégias de forma mais assertiva. Ao mesmo tempo, continuaremos a buscar oportunidades para atender às necessidades de nossos associados, parceiros e fornecedores, trabalhando para tornar o setor farmacêutico cada vez mais fortalecido e atuante e contribuindo, consequentemente, para a melhoria da área de saúde no Brasil”, finaliza Katori. 



Humberto Katori



Jair Calixto

# Aspectos gerais para implantar o PAT

## Parte Final

No caso da indústria farmacêutica, o gerenciamento de risco de qualidade deve considerar, prioritariamente, em sua abordagem, o paciente.

Nesta edição, Jair Calixto, Gerente de Boas Práticas e Auditorias Farmacêuticas do Sindusfarma, apresenta a última parte do artigo que aborda aspectos importantes sobre a implantação da Tecnologia Analítica de Processos (Process Analytical Technology – PAT), visando à qualidade e excelência na produção de medicamentos.

Vale lembrar que as informações veiculadas fazem parte de um trabalho acadêmico, cujos autores são Jair Calixto, Heloisa Donzela, José Antonio Martins, Cátia Panizzon Dal Curtivo, Gilberto Coelho, Henry Pizani, Liniker dos Santos Carneiro e Marcos Viero Guterres.

### Vantagens da tecnologia por espectrofotometria no infravermelho próximo (Near Infrared – NIR)

As vantagens do NIR na avaliação das etapas de mistura de pós no fluxo de produção têm sido recentemente enfatizadas por diversos autores<sup>[1-2]</sup>, e, nesse sentido, essa técnica tem sido proposta para substituir o método de rotina utilizado para comprovar a uniformidade de lotes produzidos em escala comercial. Além disso, o método é não-destrutivo<sup>1-3-5</sup>, livre de reagentes, apresenta menor dependência de operador, é sensível, rápido, preciso e exato, o que possibilita obter um entendimento mais apropriado das características de qualidade dos intermediários de produção dos produtos e seus respectivos atributos, principalmente, das formas sólidas, pelo uso de técnicas de análise multivariada – calibração multivariada<sup>4</sup>.

A baixa absorvidade molar das bandas no NIR permite medir amostras sólidas com pouco ou nenhum preparo de amostras, evitando assim a propagação de erros analíticos por conta de procedimentos longos e complexos, usualmente presentes nos protocolos de análise convencional. As informa-

ções obtidas pela aplicação da técnica NIR possibilitam, além da identificação de amostras desconhecidas (identificar matérias primas durante o recebimento)<sup>5</sup>, também a determinação de diversas outras propriedades de interesse dos materiais de partida. Entre as demais propriedades, destacam-se a quantificação dos ingredientes farmacêuticos ativos, a determinação da proporção entre a composição de polimorfos, a distribuição de tamanho de partícula, a umidade, a homogeneidade, entre outras.

### Análise de risco

As técnicas de inspeções em sistema da qualidade foram estabelecidas em 1997. A partir de 2000 iniciaram-se a aplicação do PAT e da gestão da análise de risco. A harmonização dessas novas abordagens na avaliação de processos farmacêuticos foi efetuada pelos guias ICH Q8<sup>6</sup>, ICH Q9<sup>7</sup> e ICH Q10<sup>8</sup>.

O termo risco é definido como a combinação entre a probabilidade de ocorrência de determinada falha do processo, multiplicada a sua severidade e a sua viabilidade de detecção<sup>9</sup>. No caso da indústria farmacêutica, o gerenciamento de risco de qualidade deve considerar, prioritariamente, em sua abordagem, o paciente. Assim, a análise de risco consiste na identificação dos potenciais perigos decorrentes de falhas do processo, assim como na exposição de pacientes a esses perigos<sup>10</sup>. O gerenciamento de riscos é um processo sistemático de avaliação, controle, comunicação e revisão dos riscos para a qualidade dos produtos dentro do seu ciclo de vida<sup>8</sup>.

Para estabelecer e manter o produto sob controle é necessário desenvolver

sistemas eficazes de acompanhamento e controle. E a gestão de riscos de falha da qualidade pode ser útil na identificação desse sistema de monitoramento e controle. O gerenciamento do risco da qualidade, segundo o guia da ICH Q9<sup>8</sup>, deve ser efetuado por meio de ferramentas que determinem o risco e permitam sua avaliação e seu controle. Dessa forma, esse gerenciamento colabora para a correta identificação, controle, correção e prevenção de desvios de qualidade que podem afetar a segurança e a eficácia dos produtos farmacêuticos de forma geral, principalmente os medicamentos.

A utilização da análise de riscos de falha como ferramenta da qualidade propõe a avaliação eficaz dos pontos centrais e limites dos processos de fabricação e pontos críticos de controle<sup>11</sup>. Nesse sentido, busca-se eliminar ou minimizar os riscos de falhas em todas as etapas produtivas.

### Escolha do sistema de gestão

Um sistema de gerenciamento de banco de dados (SGBD) não é nada mais do que um conjunto de programas que permitem armazenar, modificar e extrair informações de um banco de dados. Como há vários tipos de sistema de gestão, deve-se fazer uma escolha por um tipo que seja adequado à empresa. São três os componentes que



**A Busca  
pelo que há  
de Melhor em  
Cada um de Nós  
Continua...**

# 39º Lupa de Ouro

**26/11/2015 - WTC Teatro**

Iniciamos nossa Jornada para o 39º Lupa de Ouro com novos desafios e a vontade de fazer cada vez Melhor!

O Lupa vai contar com uma metodologia de avaliação diferenciada que irá refletir uma realidade mais próxima do MKT farmacêutico.

Conheça esse novo método em breve no site [www.grupemef.com.br](http://www.grupemef.com.br).

Apoio Técnico



Apoio

**uppharma**

Realização

**Grupemef**  
Profissionais Executivos do Mercado Farmacêutico

Criação

**Octana**  
MARKETING & EVENTOS

## Conclusão

integram um SGBD: i) linguagem de definição de dados; ii) linguagem de manipulação de dados e iii) o dicionário de dados <sup>12</sup>.

Uma das ações esperadas quando se utiliza as ferramentas PAT em um processo é o acesso às informações obtidas. Assim sendo, é primordial que os indivíduos envolvidos tenham o conhecimento do impacto de suas ações no processo fabril.

A disponibilização destas informações deve ser clara para permitir a participação de cada colaborador envolvido no processo. Portanto, a escolha do SGBD deve ser coerente com o volume e o sigilo das informações a serem disponibilizadas em cada etapa do processo de produção para cada grupo de colaboradores. Outro fator a ser analisado é a interface homem-máquina para cada uma das etapas, que deve ser de fácil visualização e boa compreensão para todos os envolvidos no sistema. Todas as pessoas, desde o recebimento da matéria-prima até a alta direção da empresa, têm de ter a mesma facilidade de acessar e analisar os dados que lhes forem disponibilizados.

O sistema de gestão da qualidade aplicado pelas indústrias farmacêuticas, com parque fabril atualmente instalado no Brasil, precisa ser repensado.

O “pensar”, neste sentido, leva obrigatoriamente a estudar a possibilidade de implementação de sistemas mais avançados, que possam, acima de tudo, garantir a qualidade dos produtos, mas que estejam dentro de uma estratégia de manutenção e renovação do portfólio de produtos das empresas. O introito descrito neste artigo teve por objetivo destacar a importância do assunto considerando que a implementação pode ser realizada dentro de uma expectativa que possa atender às necessidades das empresas. Tal implementação também considera a introdução de processos de controle mais seguros, robustos e que tenham a capacidade de minimizar os riscos sanitários inerentes ao processo de produção de medicamentos. A elaboração de uma estratégia de implementação deve seguir, obrigatoriamente, os requisitos preconizados nas atuais normas da Anvisa para a obtenção e renovação de registros dos produtos farmacêuticos, mas, que ao mesmo tempo, considere uma análise global,

segundo os aspectos de risco sanitário para a população, econômico para a empresa e segurança para a agência reguladora. A publicação da resolução – RDC Nº 60, de 10 de outubro de 2014, dá um passo em direção de maior regulação nos estágios de desenvolvimento dos produtos, já que está de acordo com a implantação de um sistema de garantia mais avançado, conforme sumariamente descrito neste artigo. 

.....  
Jair Calixto é Gerente de Boas Práticas e Auditorias Farmacêuticas do Sindusfarma – Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo.  
E-mail: sindusfarma@sindusfarma.org.br

## Referências:

- 1 Peinado; Hammond; Scott, J Pharm Biomed Anal. 2011 Jan 5;54(1):13-20. doi: 10.1016/j.jpba.2010.07.036. Epub 2010 Aug 6., "Development, validation and transfer of a near infrared method to determine in-line the end point of a fluidised drying process for commercial production batches of an approved oral solid dose pharmaceutical product."
- 2 Laitinen, N., Antikainen, O., Rantanen, J., Yliruusi, J., 2004. "New perspectives for visual characterization of pharmaceutical solids. J. Pharm. Sci. 93, 165-176."
- 3 Kourtí, Theodora, Process Analytical Technology Beyond Real-time analyzers: The role of multivariate analysis.
- 4 B.M.G. Vandeginste, D.L. Massart, L.M.C. Buydens, S. de Jong, P.J. Lewi, J.Smeyers-Verbeke, 1998. Handbook of Chemometrics and Qualimetrics: Part B. Elsevier Science, Amsterdam.
- 5 Blanco et al., 2000, Process Analytical Technology Spectroscopic Tools and Implementation Strategies for the Chemical and Pharmaceutical Industries "Use of Near-Infrared Spectroscopy for Off-Line Measurements in the Pharmaceutical Industry."
- 6 Guidance for Industry - ICH, Pharmaceutical Development, Revision 2, 2009.
- 7 International Conference on Harmonisation of technical requirements for registration of pharmaceuticals for human use. ICH - Harmonised tripartite guideline. quality risk management. Q9, 2005.
- 8 Guidance for industry Q10 pharmaceutical quality system - ICH, pharmaceutical development, 2009.
- 9 Hamid Mollah, Harold Baseman, Mike Long John Wiley & Sons, 01/02/2013 - 416 páginas
- 10 Peter Morris, Jeffrey K. Pinto, John Wiley & Sons, 23/09/2010 - 360 páginas.
- 11 Moretto LD, Calixto J., "Diretrizes para o gerenciamento de riscos nos processos da indústria farmacêutica. São Paulo: SINDUSFARMA; 2011. v. 13."
- 12 Gouveia, R. M. M., Dissertação de mestrado – "Mineração de dados em data warehouse para sistema de abastecimento de água", João Pessoa-PB, 2009.

Helder Kamei

# Flow: o estado da excelência humana

Todas as empresas deveriam oferecer as condições organizacionais adequadas que favorecessem seus colaboradores a entrar em flow, pois isso resultaria em alta produtividade e excelente qualidade de desempenho.

pintando sem perceber o tempo passar. E o mais importante: eles não pintavam por dinheiro, fama ou qualquer outra recompensa que pudessem receber após terminar a atividade. A recompensa, por assim dizer, era a satisfação com a execução da própria atividade. A principal característica da atividade de flow é que ela não é um meio para se chegar a um fim, mas um fim em si mesma. E é nesse estado de flow que artistas e atletas obtêm o seu melhor desempenho e executam suas melhores performances. Mas é importante ressaltar que estar em seu melhor não significa ser o melhor. Em um campeonato, estar em flow não garante que você vai vencer, porque isso dependerá das suas habilidades e das habilidades de seus adversários, mas garante que você estará no seu melhor estado mental e psicológico, e, portanto, suas chances de vencer são as melhores possíveis naquele momento. Durante o meu mestrado em Psicologia na USP, entrevistei 20 praticantes de dança de salão, desde alunos até professores, e descobri que todos eles são capazes de entrar em flow. Mas a descoberta mais interessante é que o flow ocorre frequentemente no trabalho, e não apenas em trabalhos criativos, mas até mesmo em serviços bastante rotineiros, como de operários em uma linha de produção. O flow ocorre quando o profissional está extrema-

mente focado, concentrado, absorvido e motivado. Nesse estado, ele realiza a tarefa com um alto desempenho, e, ao mesmo tempo, com a leveza, alegria e o prazer de um dançarino se divertindo em um baile de dança de salão. Em poucas palavras, eis como defino essa experiência: "Flow é um estado de excelência mental que reúne, ao mesmo tempo, alta motivação, concentração profunda, satisfação e alto desempenho". Todas as empresas deveriam oferecer as condições organizacionais adequadas que favorecessem seus colaboradores a entrar em flow, pois isso resultaria em alta produtividade e excelente qualidade de desempenho, ao mesmo tempo que proporcionaria satisfação e felicidade nos colaboradores. É bom para a empresa e bom para os colaboradores.

O que poderia ser melhor? **UP**

Pense em algo que você faz bem e que gosta muito de fazer. Pode ser uma atividade física (como um esporte), uma atividade intelectual (como escrever ou fazer cálculos matemáticos), uma atividade artística (como cantar, dançar ou pintar) ou simplesmente um hobby (como cozinhar ou fotografar). Agora pense em um momento específico em que você desempenhou esta atividade excepcionalmente bem. Naquele momento você estava em seu melhor. Como

você descreveria este estado de excelência? Quais são as características deste estado? Quais são as condições que permitem ou facilitam alcançar a excelência?

Essas perguntas vêm sendo feitas pela Ciência há décadas e esse estado é conhecido como flow, ou experiência de fluxo. O conceito foi desenvolvido pelo psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi, quando era pesquisador e professor da Universidade de Chicago. Csikszentmihalyi fez seu PhD em criatividade nas artes e ficou impressionado ao observar o estado de alta concentração e absorção em que entravam os artistas quando estavam pintando. Eles pareciam não sentir cansaço, fome, sono e permaneciam por horas

Helder Kamei é professor do MBA Executivo em Desenvolvimento do Potencial Humano e Psicologia Positiva do Instituto de Pós-Graduação e Graduação (IPOG). Também é autor do livro Flow e Psicologia Positiva: estado de fluxo, motivação e alto desempenho. [www.flowpsicologiapositiva.com](http://www.flowpsicologiapositiva.com).

VOLTAR  
SUMÁRIO

Dr. Rogério Damasceno Leal

# Recuperação de tributos na importação de insumos e equipamentos para a indústria farmacêutica

No atual cenário, é imprescindível às empresas que realizem análise acerca de possíveis tributos recolhidos indevidamente com o objetivo principal de recuperá-los.

Quando se analisa a carga tributária no setor farmacêutico, o Brasil é o que possui maior tributação, entre os países da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) e BRIC. Acrescente-se a este cenário o momento conturbado da economia nacional em que se verifica uma clara diminuição de demanda. Dessa forma, é imprescindível às empresas que realizem análise acerca de possíveis tributos recolhidos indevidamente com o objetivo principal de recuperá-los.

Dentro desse cenário, diversas opções se apresentam, cabendo ao empresário analisar aquela que melhor se adapta à situação de sua empresa. Entretanto, a despeito de serem bastante difundidas, devido ao tecnicismo que as envolve, muitas vezes, elas passam despercebidas pelo empresariado.

Assim, passaremos a explicar duas das principais alternativas existentes no caso de importação de produtos e equipamentos para a indústria farmacêutica, como forma de auxiliar o seu entendimento.

## 1) Restituição dos Tributos Recolhidos em caso de Perdimento de Mercadoria

Há previsão legal em relação a não incidência do imposto de importação

em casos de pena de perdimento da mercadoria. A não incidência refere-se às mercadorias com pena de perdimento decretada, mas que ainda estejam em poder da Secretaria de Receita Federal.

O Conselho Administrativo de Recursos Federais ou Carf, em julgado de 2014, decidiu de forma favorável aos importadores, e esse é um importante precedente.

Quanto às formas de devolução do montante, há possibilidade do pedido de compensação do imposto recolhido com qualquer outro tributo federal, desde que não seja com os tributos ou contribuições decorrentes de outra importação.

Assim sendo, cabe aos importadores que requeiram administrativamente o imposto de importação recolhido, quando tenham decretada como perdida sua mercadoria importada.

## 2) Imposto sobre Produto Industrializado – IPI na Revenda da Mercadoria Importada

Após anos de divergência jurisprudencial, em junho de 2014, a 1ª Seção do Superior Tribunal de Justiça unificou as decisões favoráveis aos importadores, no sentido de se isentá-los do recolhimento do Imposto Sobre Produtos

Industrializados na revenda de mercadorias importadas. O ponto central decidido é que a incidência do IPI na revenda do produto importado estaria invadindo a esfera do ICMS.

A incidência do IPI deve ocorrer sobre os produtos industrializados, por sua vez, produto industrializado é aquele que sofre alteração em sua natureza, visando à obtenção de uma nova utilidade ou aprimoramento para o consumo e necessidades humanas, quando submetido a uma operação física, química, mecânica ou técnica.

No caso de produtos acabados importados, a obrigatoriedade de recolhimento do tributos é o desembaraço aduaneiro. Posteriormente, não ocorrendo a industrialização, o recolhimento do tributo no momento da revenda do tributo constitui cobrança repetitiva. Assim, pode se concluir que a revenda realizada pela empresa importadora, não configura processo de industrialização que justifique nova incidência do IPI.

Dessa forma, os importadores podem buscar a recuperação dos valores pagos indevidamente a título de IPI, nos últimos cinco anos, decorrentes da revenda de mercadoria importada, bem como a suspensão definitiva da referida cobrança por meio de ingresso de ação judicial.

### 3) PIS e da COFINS-IMPORTAÇÃO

Em 2004, a Lei 10.865/2004 determinou que a base de cálculo desses tributos seria o valor aduaneiro da mercadoria, com o acréscimo do ICMS incidente no desembaraço aduaneiro. Ocorre que o valor aduaneiro deve ser compreendido como o valor da mercadoria importada, com o acréscimo, apenas, do seguro, custos e despesas de frete.

Diante de tal ilegalidade, em 2013, o Supremo Tribunal Federal determinou a inconstitucionalidade do dispositivo que permitia a inclusão do ICMS na base dos tributos.

A Lei 12.865/2013 determinou o cálculo do PIS/PASEP e COFINS apenas com base no valor aduaneiro do bem ou serviço. Assim, as empresas importadoras têm o direito de requerer os valores recolhidos indevidamente dentro do período de junho de 2010 a outubro de 2013.

É de se ressaltar que todas as possibilidades anteriormente destacadas possuem decisões favoráveis nos principais tribunais do País. Desse modo, há respaldo jurídico. É importante ressaltar que os montantes de tributos a serem recuperados podem chegar a grandes valores e representar economia para as empresas. Certamente, a recuperação de tributos, tidos como perdidos, deve representar importante benefício para as empresas, assim como deixar de recolher o tributo, como no caso do IPI da revenda, representa crucial benefício de competitividade. 

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



Bruna Rego Lins

# A importância da busca

Ultimamente, muitas pessoas têm tomado mais consciência da importância de registrar suas marcas, o que é uma ótima notícia! Entretanto, como começar uma empresa implica uma série de despesas, a tendência é, logicamente, cortar custos.

Entretanto, no afã de economizar, algo que é de extrema importância vem sendo negligenciado: a busca de anterioridades. Muitas pessoas interessadas em iniciar seu próprio negócio procuram advogados da área para registrar suas marcas, mas quando a realização de uma busca é sugerida, na maioria das vezes, a pessoa responde dizendo: “não precisa, já olhei no site do INPI e não tem nada igual”.

Infelizmente, não é tão simples assim. E essa economia pode acabar deixando o titular da marca totalmente exposto. Explico.

Quando se deposita um pedido de registro para uma marca no INPI, caso não haja nenhum problema no caminho, o registro tem levado de dois a três anos para ser concedido. E com a concessão do registro pelo INPI, seu titular passa a ter o direito ao uso exclusivo daquela marca em todo o território nacional. Se não há registro, também não há garantias.

Contudo, nenhum empresário vai abrir seu negócio e esperar a concessão do registro da marca para investir e fazer com que seu negócio se torne conhecido.

Daí a importância da busca. Não é só porque uma pesquisa rápida no site do INPI não encontrou a mesma marca, que ela esteja, de fato, livre para ser registrada. Profissionais qualificados conhecem as técnicas apropriadas para verificar se uma marca está, de fato, disponível ou não. Por isso, essa pesquisa deve ser realizada por pessoas devidamente treinadas para essa finalidade. Afinal, a simples troca de um I por um Y, de um CH por um X, ou ainda, o fato de existir uma marca idêntica ou parecida para proteger produtos ou serviços considerados afins pode impedir o registro de uma marca.

Imagine então que, após dois anos de espera, o empresário tome conhecimento de que o pedido de registro para sua marca foi indeferido pelo INPI porque já havia outra idêntica ou semelhante? Pense em todo o investimento feito ao longo desses dois anos para tornar a marca conhecida e posicioná-la no mercado. Não teria sido melhor investir na realização de uma busca por um profissional especializado? Ele poderia, dois anos antes, ter informado, com certo grau de garantia, se a marca estava, ou não, disponível.

“Certo grau” e não garantia total por dois motivos: 1) entre o depósito de um pedido de registro para uma marca e sua publicação pelo INPI existe um período de, aproximadamente, um mês. Assim, se a marca ainda não foi publicada, não há como o profissional encontrá-la no banco de dados durante a realização da busca; e 2) a análise de colidência de marcas é um assunto bastante subjetivo.

De qualquer forma, não seria muito melhor investir em uma marca cuja disponibilidade já foi verificada por um profissional especializado, em vez de, por economia, fazer uma busca por conta própria no site do INPI e ser surpreendido ao final de dois anos?! Ou seja, não seria melhor contabilizar a busca realizada por um profissional especializado como um investimento baixo, mas necessário, para se iniciar um negócio, em vez de fazer a busca por conta própria e, com isso, se expor ao risco de ter de mudar sua marca dois ou três anos depois? Afinal, a troca da marca implica custos não só com o novo registro, mas com a troca de impressos, embalagens, letreiros, e com a própria divulgação do negócio com uma nova marca. Portanto, uma economia que realmente não compensa! 

Quando se deposita um pedido de registro para uma marca no INPI, caso não haja nenhum problema no caminho, o registro tem levado de dois a três anos para ser concedido.



.....  
Bruna Rego Lins é mestre em Propriedade  
Intelectual pela The George Washington  
University e advogada senior do escritório  
Montaury Pimenta, Machado & Vieira de Mello.  
E-mail: bruna@montaury.com.br.

Reinaldo Passadori

# Entenda como desenvolver e a importância da criatividade

A criatividade pode ser desenvolvida em uma pessoa? Sim. Mas, o que significa ser criativo, afinal?

Essa parece mais uma questão importante, que deve ser respondida antes de tentar entender como podemos ser versáteis e inovadores, ou seja, como nos tornamos pessoas capazes de criar e surpreender quem está ao nosso redor.

A pergunta se assemelha com a confusão sobre o que realmente é a inteligência. Muita gente entende inteligência exclusivamente como a capacidade de armazenar informações. O que está absolutamente errado.

Da mesma forma, a qualidade de quem é criativo é muito maior do que o dom para pintar um quadro abstrato.

Os grandes pensadores definem criatividade como a capacidade para formular teorias científicas, inventar ferramentas e utensílios ou, ainda, produzir verdadeiras obras de arte. Há quem acredite que ela se refere à força para desenvolver trabalhos valiosos, desconstruir a realidade, transformar o que já existe e nos acostumamos a ver como único e indispensável.

Tem gente que define criatividade até como competência para encontrar soluções novas para velhos problemas. Tudo isso é verdade.

Uma das melhores consequências do aumento de exigência do mercado com relação aos profissionais que ne-

les ingressam é a necessidade de ser criativo. Não adianta: desse atributo ninguém pode escapar.

Quantas empresas exigem criatividade na lista de aptidões dos candidatos às vagas de trabalho? E, para o bem da ética, a criatividade não pode ser feita de conta. Não existe o indivíduo “meio criativo”.

Imagine se um distinto senhor chamado Ludwig van Beethoven fosse um ser mais ou menos criativo, em vez de gênio que foi. O mundo seria mais triste, afinal, jamais teríamos ouvido a “Nona Sinfonia”.

A criatividade é uma habilidade, um talento, mas não vem de berço somente. Temos uma lista de grandes gênios das artes e das ciências, mas também há inúmeros anônimos que se revelam, em suas atividades cotidianas, criadores capazes de surpreender.

Eles carregam experiências, ensinamentos variados, tradicionais e informais. Tudo que vivemos vale para

compor em nosso repertório pessoal e no nosso poder de ação a qualidade de suas referências, raciocinar logicamente, guardar imagens e visualizar soluções. Ou seja, ser criativo.

Lembre-se: a criatividade se constrói porque as experiências que nos ocorrem, embora únicas, podem se repetir. Registramos problemas e também registramos soluções.

O melhor mesmo é dar preferência para as experiências que exigem muito mais do que as soluções tradicionais. Precisamos nos exercitar e isso depende da qualidade de situações que escolhemos enfrentar. Seja para a vida profissional, seja para as nossas relações mais comuns e diárias.

Não precisamos ser Picassos e Einsteins para criar e inovar, mas somente diante de desafios que nos provocam a necessidade quase instintiva de contornar, resolver e superar com criatividade, que podemos aperfeiçoar a nossa imaginação e dar alguma chance para a capacidade criativa que existe em todos nós. Ponha-se à prova todos os dias. 

Reinaldo Passadori é especialista em Comunicação Verbal e Presidente do Instituto Passadori.  
[www.passadori.com.br](http://www.passadori.com.br)



Isabel Vasconcellos

# Acorrentadas aos padrões

Apesar dos avanços, perder peso ainda é uma obsessão para a maioria das mulheres.

Uma das grandes escravidões da mulher é o seu corpo. Em épocas mais remotas, nossas antepassadas tinham que ser gorduchas para estar dentro do padrão de beleza vigente. As musas dos grandes pintores clássicos eram todas rechonchudas e cheias de gordurinhas abdominais, com bumbuns avantajados, exatamente como hoje em dia ninguém quer ser. Mas era o padrão.

Mais tarde, as elegantes tinham de estar espremidas em cruéis espartilhos, amarrados por tiras de pano, nas costas, que as forçavam a exibir uma silhueta de violão, com uma cinturinha de vespa. O que, quase sempre, causava dores e outros problemas mais graves na saúde das nossas tetravós.

Nos anos 60, época de uma juventude que lutava pela liberdade em seu sentido mais amplo, as mulheres resolveram queimar sutiãs e parar de depilar as axilas, como símbolo do resgate de seu próprio corpo. Elas queriam ser donas, afinal, de seus corpos e já podiam, graças ao advento da pílula anticoncepcional, exercer o controle de sua natalidade e praticar o sexo sem o fantasma da gravidez indesejada.

Mas foi apenas um momento na longa história da escravidão dos nossos corpos. Continuamos escravas. Logo veio à moda a imagem da mulher palito, magérrima, os ossos das costelas e as saboneteiras aparecendo. O maior exemplo dessa imagem era a anoréxica modelo Twigg. De lá para cá, ser bela passou a significar ser magra. Muito magra. Está bom para as nórdicas mas está mal para as brasileiras. Herdeiras de uma miscigenação que nos fez, na maioria, dotadas de um corpo cheio de curvas e quase sempre com quadris largos, nós passamos a vida na angústia de perder alguns quilos, que, inevitavelmente, acabamos sempre recuperando, pois assim a nossa natureza deseja, por mais que a tentemos contrariar.

Ora, somos escravas de mais essa!

## O Peso Ideal X o Modelo Ideal

É claro que estar acima do peso não é nada bom para a saúde. Obesos são vítimas, quase inevitavelmente, de doenças graves, como a hipertensão ou o diabetes. No entanto, os médicos, preocupados com a saúde e não com a estética da moda, já declararam qual é o peso ideal para a nossa saúde, por meio do cálculo do Índice de Massa Corporal (IMC). É simples: divide-se o peso pelo quadrado da altura e o resultado tem de dar abaixo de 25. Imagine agora uma modelo de 1,75 m de altura, pesando 50 quilos. Ela está abaixo do índice correto, que vai de 18 a 25. E, para a maioria das mulheres de hoje, quando essa conta resulta em 24 ou 25, elas se julgam muito acima do peso, embora estejam dentro da faixa saudável.

No entanto, historicamente (como mostra com clareza o exemplo, acima, dos espartilhos), a saúde sempre foi preterida. O que vence é o modelo.

E, por falar em modelo, as profissionais dos desfiles e poses, as modelos, já estão proibidas, na Europa de 2015, de ostentar um IMC abaixo de 18. Já é um avanço.

## Emagrecer e Enlouquecer

Apesar dos avanços, perder peso ainda é uma obsessão para a maioria das mulheres. Basta ver o sucesso que fazem esses remédios “milagrosos” vendidos pela internet e pela TV e que, quando não fazem mal à saúde, também pouco ou nada fazem que contribua para o emagrecimento. Muitos médicos também, querendo ficar famosos e encher seus consultórios, receitam irresponsavelmente as tais “fórmulas”, que misturam moderadores de apetites com calmantes e até com hormônios e que, inevitavelmente, mexem demais com o sistema nervoso feminino.

Daí tantas loucas e histéricas que vemos no dia a dia, no trânsito, nas lojas, no trabalho. Mulheres que estouram à toa, perdem o controle, até com as crianças, têm ataques histéricos injustificáveis, nem sempre estão sendo vítimas de Tensão Pré-Menstrual. Muitas delas estão sob o efeito de drogas.

É, drogas mesmo. Porque drogas não são apenas as ilícitas. Drogas são também essas fórmulas para emagrecer que muitos médicos não hesitam em receitar. Existem aquelas que se tornam, inclusive, completamente dependentes dessas “bombas”. Ficam, sim, magras, mas também meio loucas...

Rios de dinheiro são gastos com a indústria do emagrecimento. E, acredite, ninguém dá a menor bola para a sua saúde, física e mental nessa indústria.

Hoje, sem dúvida, há remédios sérios, fabricados por indústrias sérias e receitados por médicos sérios. Sibutramina ou orlistat são exemplos disso. Mas não devem ser usados sem a orientação de um bom médico endocrinologista ou clínico.

## Angústia e Sofrimento

Pior do que tudo isso é o caso das meninas que, de tanto fazer dieta, se tornam bulímicas ou anoréxicas.

A anorexia pode levar à morte, não é brincadeira. Cursa com a doença uma profunda distorção da imagem corporal. Médicos contam casos de garotas pesando pouco mais de 30 quilos e ainda se dizendo gordas.

É um mundo de angústia e de sofrimento na perseguição de um corpo ideal.

E quem foi que disse que precisamos ter esse corpo ideal? Graças a Deus, existem mulheres que escaparam dessa tirania. Existem gorduchas felizes, bem resolvidas e bem-amadas. Por que não podemos, todas, nos livrar dessa tirania da magreza? Por que continuamos escravas de uma imagem que nos é imposta e que, quase sempre, contraria a nossa natureza?

É claro que obesidade é doença. Mas índice de massa corpórea beirando os 25 é normal e, com tal índice, todas nós nos julgaríamos gordas.

Por que continuamos a aceitar, em pleno século XXI, que a mídia nos diga qual é o nosso corpo ideal? Por que não podemos nos revoltar contra isso? Por que aceitamos mais essa manipulação, mais essa imposição?

Nós, brasileiras, não somos e jamais seremos esses varapaus que a moda nos impõe. E estamos condenadas, aceitando e reforçando esse padrão de mulher, a passar a vida frustradas, em dietas sem fim, em angústia sem fim. 

.....  
**Isabel Fomm** de Vasconcellos é escritora, com 11 livros publicados, jornalista especializada em saúde e apresentadora de TV.  
E-mail: [isabel@isabelvasconcellos.com.br](mailto:isabel@isabelvasconcellos.com.br)



O sucesso é uma consequência natural e a implementação desses pilares da excelência geram resultados espetaculares e marcas impressionantes.

Erik Penna

# Quatro pilares para alcançar uma gestão de excelência

Muito se tem falado sobre a excelência no mundo dos negócios. Mas como engajar toda equipe para conseguir uma alta performance e conquistar a verdadeira excelência nos resultados?

Um bom exemplo a ser seguido é o da maior e melhor empresa de entretenimento do mundo: a Disney. Ela recebeu no ano passado mais de 132 milhões de convidados e, por meio de uma gestão de excelência, consegue espetaculares níveis de retenção que chegam a 70% nos parques e 90% dos seus clientes da rede hoteleira retomam.

É possível destacar quatro importantes pilares na gestão de excelência Disney que, com muito trabalho e boa vontade, podemos aplicar em nosso cotidiano profissional. De propósito, enumero em ordem decrescente abaixo. Veja:

**4) Rentabilidade:** Sim, a gestão de excelência de uma empresa objetiva o lucro, deseja superar as expectativas de clientes, mas também dos shareholders/acionistas com ótimos resultados financeiros no final ciclo contábil.

Mas só conseguem isso se:

**3) Clientes externos:** Quando os clientes estão encantados com um atendimento espetacular e serviços excepcionais, conseguem propiciar uma verdadeira experiência de compra. Ferramentas como a denominada "Múltiplas Formas de Escuta" é vital para manter a empresa sempre oxigenada com pesquisas e opiniões de clientes. E o que dizer então da enorme atenção com tantos detalhes na hora de recepcionar as pessoas, desde a acolhida até a despedida nos

parques ou hotéis? Pontos fundamentais em uma gestão que surpreende e agrega valor e, por isso, o cliente se sente valorizado, feliz ao se deleitar com os chamados "momentos mágicos" e a consequente e intensa aquisição de produtos e serviços ofertados pela Disney

Mas isso se concretiza se:

**2) Clientes Internos:** Quando os cast member – membros do elenco, como são chamados os funcionários na Disney, estiverem satisfeitos e motivados. É fundamental que os funcionários prestem um serviço de ponta. A qualidade do serviço interno precisa ser excelente, mas para isso acontecer é fundamental ter profissionais bem treinados, engajados, com orgulho de vestir aquela camisa e que por tudo isso fazem verdadeiramente a diferença. É preciso identificar e reter talentos e, mais do que isso, valorizar o empenho de cada um, afinal: "Se não puder se destacar pelo talento, vença pelo esforço." (Dave Weinbaum).

Mas tudo isso só é possível se:

**1) Liderança:** Líderes excelentes que inspiram pessoas e transformam resultados. Tudo começa aqui, na liderança evolutiva, gestores compromissados com a mudança transformacional que guiam por meio do exemplo. Eles levam o treinamento a sério, motivam pessoas a agir pelo que acreditam e valorizam, conseguindo assim extrair o máximo dos talentos que compõem a organização. Jim Collins, autor do livro *Empresas Feitas para Vencer*, ousa afirmar que o principal ativo das empresas não são as pessoas, são as pessoas CERTAS. São es-

ses líderes que reconhecem e recompensam os funcionários extraordinários que fazem a diferença, e, transbordando entusiasmo, cheios de uma atitude amigável e proativa, norteados diariamente pela matriz de prioridades da Disney: Segurança, Cortesia, Show e Eficiência estão sempre determinados a conseguirem o aplauso exterior, mas também seu mérito e aplauso interior.

Não é por acaso que um dos motes do RH da Disney é: "Contratamos atitude, depois treinamos habilidades".

É fundamental ainda saber contratar respeitando a cultura organizacional. Só para dar um exemplo, a missão da Disney é proporcionar alegria aos seus clientes, portanto, Bob Iger, CEO da The Walt Disney Company, disse em entrevista à revista *Veja* que, para trabalhar lá, é preciso, entre outras características, ser otimista, bem humorado e empático.

O sucesso é uma consequência natural e a implementação desses pilares da excelência geram resultados espetaculares e marcas impressionantes. A Disney acaba de ser eleita a marca mais amada do planeta, segundo pesquisa feita pela APCO Worldwide.

Será que é possível aplicar isso em nossa gestão? Eu penso que sim, mas para quem acha que não, o próprio Walt Disney responde: "Eu gosto é do impossível porque lá a concorrência é menor". 

Erik Penna é especialista em vendas, Consultor, Palestrante e autor dos livros *A Divertida Arte de Vender* e *Motivação Nota 10*.  
[www.erikpenna.com.br](http://www.erikpenna.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](http://www.farmacerto.com.br)

Floriano Serra

# Uma equipe cidadã



A verdade é que, sem acompanhar o que ocorre na política e na economia do País, muitos empregados podem não entender porque a empresa está adotando rígidas medidas de contenção ou redução de custos

Em uma empresa moderna e saudável, seus funcionários são informados periodicamente, por fontes oficiais, do que acontece com ela no mercado – sejam vitórias, sejam fracassos. Isso é uma característica da gestão compartilhada.

Do mesmo modo, os colaboradores devem saber e acompanhar o que se passa na economia e na política do seu País, sobretudo, naquilo que afeta ou poderá vir a afetar a organização para a qual trabalha.

Muitos colaboradores alegam não ter tempo para acompanhar os noticiários; outros assumem que simplesmente não se interessam por tais assuntos. Há ainda uma parcela que não tem acesso a canais de informação.

A verdade é que, sem acompanhar o que ocorre na política e na economia do País, muitos empregados podem não entender porque a empresa está adotando rígidas medidas de contenção ou redução de

custos ou mesmo efetuando demissões em massa.

Aqueles que estão alienados da realidade que envolve sua empresa, podem, por exemplo, ser surpreendidos pela retirada de produtos ou serviços tradicionais ou, em caso extremo, com a venda do controle acionário para o concorrente.

Quem efetivamente quer participar dos destinos da organização a que serve, não pode se dar ao luxo de ignorar o contexto onde ela atua.

Cabe aos gestores prover a equipe das informações relevantes. Claro que com a consciência de que, ao reunir o pessoal e transmitir os fatos, devem se limitar a informar, sem tentar influir, induzir ou manipular, sobretudo, em relação à esfera política.

Quando bem informado, todo funcionário terá plenas condições de ter sua própria opinião.

De resto, manter-se informado é direito e dever de todo cidadão. Daí a importância das empresas estimularem a formação de equipes cidadãs.

Não há riscos nessa iniciativa – a menos que, por razões impubescíveis, haja interesse em ocultar ou esconder informações que dizem respeito aos direitos de cada um. **UP**



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





[www.snifbrasil.com.br](http://www.snifbrasil.com.br)

**As notícias e informações  
do mercado farmacêutico  
em tempo real.**



**DPM Editora**  
**(11) 5533-5900**



# Para colocar seu produto no foco da classe médica:

[www.snifdoctor.com.br](http://www.snifdoctor.com.br)

O SnifDoctor é o portal de notícias relacionadas ao cotidiano do médico.

Com larga experiência no mercado farmacêutico e familiaridade com as regras da Anvisa, estamos aptos para desenvolver todo o conteúdo digital, arte e texto, para colocar seu produto e/ou campanha em evidência.

- + de 400 mil visualizações/mês
- + de 70 mil assinantes
- + evidência
- + visibilidade

## SnifDoctor