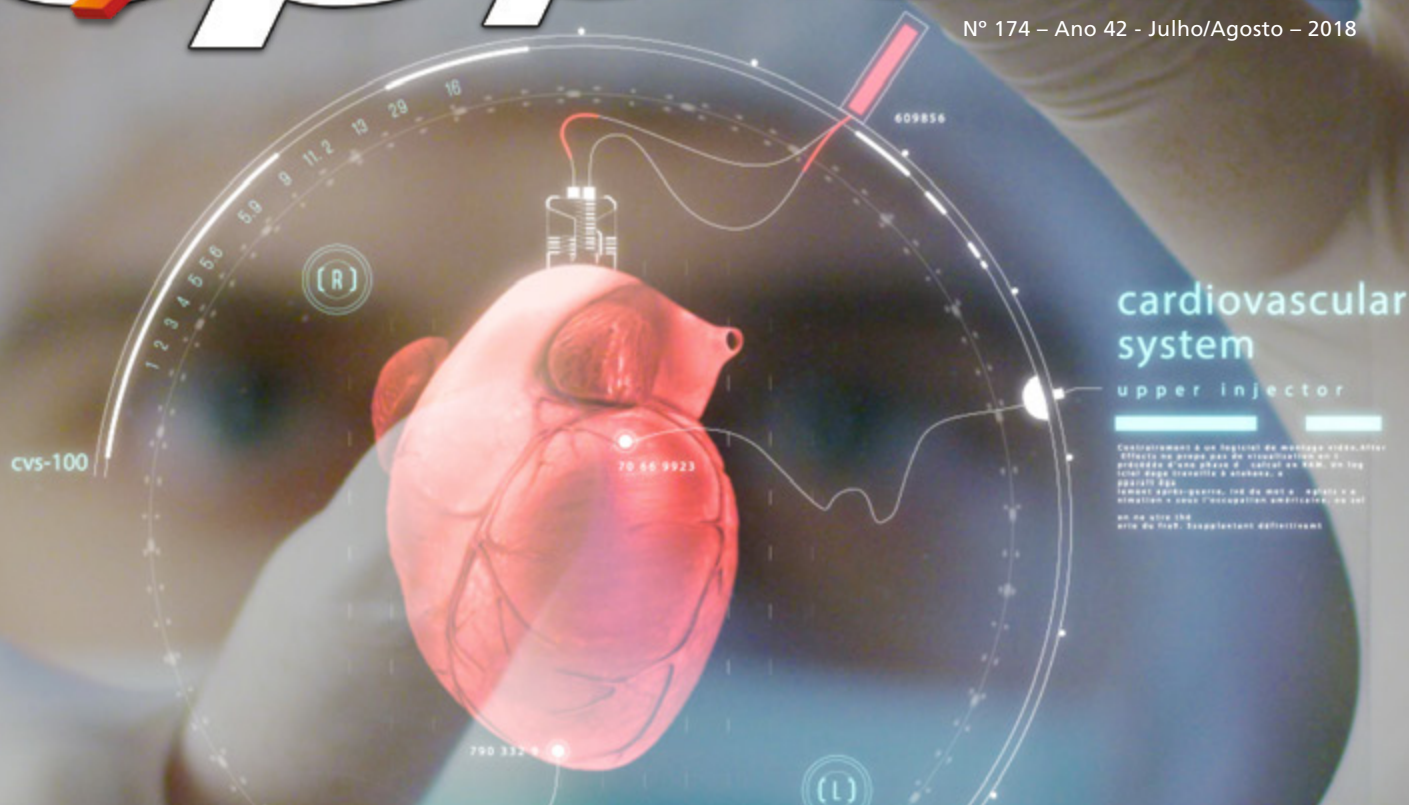




14 DE AGOSTO DIA DO CARDIOLOGISTA

O nobre trabalho dos cardiologistas do Hospital CopaStar e Hospital Barra D'Or no Rio de Janeiro.

ARTIGOS

Dr. José Francisco Kerr Saraiva | Dra. Luciana Capelli Araújo | Dr. Leopoldo Soares Piegas

Entrevista

Dr. Oscar Dutra – SBC

Indústria farmacêutica

Daiichi Sankyo: uma nova fase no Brasil



Catalent
CONSUMER HEALTH



produtos inovadores.
comercialização
mais rápida.
fornecimento confiável.

Mais de 80 anos de Inovação em formas farmacêuticas preferidas pelos nossos consumidores. Mais de 300 produtos lançados em 70 mercados, desenvolvidos localmente e fornecidos a partir de 11 plantas em 5 continentes.



CÁPSULAS GELATINOSAS MOLES

- Ideal para os produtos analgésicos, anti-gripais e antialérgicos.
- Fácil de engolir.
- Melhor biodisponibilidade com potencial de absorção mais rápida.
- Dosagem mais flexível.
- Diferenciação de marca com as formas, tamanhos e cores que você quiser.

Revista UPpharma

DPM Editora LTDA.
Endereço correspondência:
Rua Cunha Gonçalves, 138
05594-070 - 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

Francisco José Schiffrini
E-mail: francisco@snifdoctor.com.br

Revisão

Deborah Prates

Direção de arte

Millena Piccoli - Tíe Propaganda

Albertina Duarte, André Reis, Deborah Portillo, Floriano Serra, Geraldo Monteiro, Isabel Fomde Vasconcellos, Jordí F. Botet, José Francisco Kerr Saraiva, Lauro Moretto, Luciana Capelli Araújo, Leopoldo Soares Piegas, Marcelo Weber, Marcos Veçoso, Miguel Monzu, Nelson Mussolini, Octávio Nunes, Pedro Bernardo, Renata Schott, S.C. Capelli Yuri Trafane.

Circulação: Impressa e Digital



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
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

Sites

www.dpm.srv.br
www.dpmeditora.com.br

E SEU CORAÇÃO, COMO ESTÁ?

Quem nunca, quando pequeno, quis ser médico? Todos nós, em algum momento da vida, já pensamos em escolher essa área de atuação. Mas ser médico exige muito mais do que vontade e um diploma. Ser médico exige vocação, dedicação, persistência, sacrifícios e, acima de tudo, gostar de cuidar de pessoas. Como todos os profissionais que decidem abraçar essa profissão apaixonante, o cardiologista também faz parte dessa área tão desafiadora. É ele quem cuida de nosso bem mais valioso, o coração, que mais do que ser a representatividade da vida, é responsável pelas manifestações de sentimentos e sensações.

No Brasil, ser cardiologista é conviver com grandes desafios. A morte por doenças cardiovasculares no País ainda atinge números alarmantes. Todos os anos, cerca de 350 mil pessoas morrem vítimas de problemas do coração.

E as dificuldades na área da saúde são cada vez maiores. Apesar da cardiologia brasileira ser respeitada internacionalmente e o País estar alinhado com as práticas mundiais mais modernas, ainda há muito o que avançar. A dificuldade da população no acesso a medicamentos e a procedimentos de ponta faz com que se percam várias vidas anualmente.

Os cardiologistas têm contribuído, seja nos consultórios, clínicas e hospitais, para disseminar conhecimento e promover mais conscientização da população a respeito das doenças do coração. Mas a falta de políticas públicas mais justas e efetivas no setor da Saúde dificulta cada vez mais esse trabalho.

Por outro lado, o País conta com serviços que são referências em cardiologia, conduzidos por profissionais que não se cansam de cuidar de pessoas. Para homenagear os cardiologistas neste 14 de agosto, preparamos uma edição especial com várias reportagens alusivas à data.

Nas próximas páginas, vocês vão conhecer um pouco mais do trabalho realizado pelos cardiologistas dos Hospitais Barra D'Or e CopaStar, ambos no Rio de Janeiro, que fazem parte da Rede São Luiz. Com tecnologia de ponta e corpo clínico altamente qualificado, as instituições se destacam no atendimento e cuidado com a saúde do coração.

Também entrevistamos o atual Presidente da Sociedade Brasileira de Cardiologia, Dr. Oscar Dutra, que fala do atual momento da entidade e revela alguns destaques do Congresso Brasileiro de Cardiologia, que acontece em setembro.

Convidamos alguns médicos respeitados, como o atual Presidente da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo (Socesp), Dr. José Francisco Kerr Saraiva, e outros expoentes da área, que preparam artigos em homenagem aos colegas.

Esperamos que todos apreciem essa edição especial, que é nossa homenagem a esses profissionais que cuidam desse nosso bem tão valioso.

E para finalizar, vale a pena lembrar que quando o coração está bem, encaramos a vida com muito mais otimismo e coragem. E o seu coração, como está?

Boa leitura!

Nelson Coelho

Publisher

sumário

06

Conta-Gotas

Confira as notícias que agitam o setor farmacêutico.



16

Ciências Farmacêuticas

Uma alteração em um medicamento se reflete na redução da eficácia terapêutica. Leia análise de Jordi F. Botet e Dr. Lauro D. Moretto.

20

Entrevista

O atual Presidente da SBC, Dr. Oscar Dutra, fala dos avanços da cardiologia brasileira.

08

Sindusfarma

O peso dos impostos cobrados das empresas e dos cidadãos no País é absurdamente alto. Veja artigo de Nelson Mussolini.

24

Artigo

A missão dos cardiologistas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Confira artigo de José Francisco Kerr Saraiva, da Socesp.

10

Interfarma

O Brasil ainda é uma economia muito fechada, o que cria inúmeros obstáculos à pesquisa e à inovação. Pedro Bernardo analisa.

25

Homenagens

Na passagem do Dia do Cardiologista, Dra. Luciana Capelli Araújo e Dr. Leopoldo Soares Piegas deixam mensagens aos colegas de profissão.

12

Responsabilidade Social

Disrupção na Indústria da Saúde. Esse é o tema do artigo de Marcelo Weber e Renata Schott.

30

Especial

Confira a reportagem especial que mostra o trabalho dos médicos nos serviços de cardiologia dos Hospitais Barra D'Or e CopaStar.

14

Marketing Emocional

A percepção de valor pode variar muito de pessoa para pessoa. Marcos Veçoso explica.

34

Entrevista

Marcelo Gonçalves, atual Presidente da Daiichi Sankyo, fala sobre os desafios à frente de um cargo tão importante.



42

Opinião

O uso de drogas psicotrópicas pode causar dependência. Mas medicamento nenhum causa ataque de racismo. André Reis esclarece.

44

No Consultório

Varizes: Um problema de saúde que pode trazer graves complicações. Veja entrevista com Dr. Ivan Casella.

38

Ponto de Vista

Quando se comunicar bem é uma questão de sobrevivência. Veja os comentários de Octávio Nunes.

46

Propriedade Industrial

Escolha de embalagens de MIPs: Estratégias éticas e não tão éticas. Deborah Portilho analisa.

39

Comunicação

Em tempos de comunicação digital, não há mais barreira que separe quem quer falar de quem quer ouvir. Confira análise de Yuri Trafane.

48

Saúde Feminina

Isabel Fom de Vasconcellos e Dra. Albertina Duarte narram as mudanças ocorridas ao longo do tempo pela revolução sexual.

40

Recursos Humanos

Em seu artigo, Miguel Monzu analisa o protagonismo na vida e na carreira.

50

Dose Única

Algumas pessoas pensam e agem como se pudessem ficar impunes. Veja artigo de Floriano Serra.

41

Varejo Farmacêutico

A importância da qualificação profissional como um diferencial competitivo. Confira comentários de Geraldo Monteiro.



Conta Gotas

GIRO

A Blau Farmacêutica anunciou **Douglas Rodrigues** como Diretor Administrativo Financeiro para as operações na América Latina (CFO Latam) e Diretor de Relações com Investidores (DRI). O executivo atua há mais de 25 anos na indústria farmacêutica e tem passagens por grandes empresas multinacionais, como Pfizer, Wyeth Farmacêutica e Sika.

A Associação dos Laboratórios Farmacêuticos Nacionais (Alanac) elegeu nova diretoria para a gestão 2018-2020. O presidente da Farmacêutica União Química, **Fernando de Castro Marques**, foi reeleito diretor-presidente da entidade.

A AstraZeneca nomeou **Klever Iftoda** como novo Diretor da Unidade de Negócios de RIA (doenças Respiratórias, Inflamatórias e Autoimunes) no Brasil. Com mais de 15 anos de experiência no mercado farmacêutico, o chega em um momento estratégico para a companhia, com a ampliação do portfólio de RIA no mercado brasileiro.

José Carlos Felner é o novo Vice-Presidente e General Manager da GSK para sua divisão farmacêutica no Brasil. Em sua nova função, caberá a Felner conduzir a estratégia de desenvolvimento e crescimento dos negócios da empresa no País.

A Interfarma - Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa tem novo presidente executivo. É **Pedro Bernardo**, Diretor de Acesso ao Mercado, que ocupará a posição interinamente até a chegada de uma nova liderança.

"A boa publicidade aumenta vendas. A grande publicidade constrói fábricas."
Bill Bernbach

EXPANSÃO

A Daiichi-Sankyo transformou a fábrica que opera no Brasil em centro de produção para a América Latina, e poderá usar a estrutura local para atender novos mercados internacionais. Globalmente, o laboratório japonês está adaptando suas unidades para a fabricação de produtos oncológicos, e o Brasil é candidato ao investimento.

O laboratório farmacêutico Cimed pretende investir R\$ 140 milhões para construir sua segunda fábrica no Brasil. A planta ficará em um terreno ao lado da atual, no município de Pouso Alegre (MG). As obras deverão ser iniciadas em setembro e o funcionamento começará em 2020.

O laboratório farmacêutico União Química vai investir R\$ 40 milhões na instalação de um complexo fabril em Pouso Alegre (MG), onde já mantém uma fábrica de remédios.

CELEBRAÇÃO

Em 2018, a Biogen celebra 40 anos de existência e liderança no mercado global de biotecnologia. A empresa se consolidou no ramo da neurociência desenvolvendo medicamentos para doenças como a esclerose múltipla e a atrofia muscular espinhal. A empresa está há dez anos no Brasil.

PREMIAÇÃO

Os melhores fornecedores e prestadores de serviço da indústria farmacêutica em 24 categorias receberam o Prêmio Sindusfarma de Qualidade, em maio, em cerimônia realizada na casa de espetáculos Tom Brasil, em São Paulo.



TUDO PARA FORÇA DE VENDAS EM UM SÓ APP

SALESfarma

CONTROLE
DE VISITA

GESTÃO DE
PEDIDOS

PROPAGANDA
DIGITAL

TREINAMENTO
E COACHING

PLANO
PROMOCIONAL

SOFISTICADO É SER SIMPLES

www.SALESfarma.com.br



MAIS DE 8500
USUÁRIOS MOBILE

VISITA
COM 3 TOQUES

INOVAÇÃO
E CONVERGÊNCIA

100%
OFFLINE

RUNNING

RUNNING - São Paulo
Rua Alexandre Dumas, 1.601 - 12º andar
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

Agende uma Visita

atendimento@running.com.br

Linked /Running Solutions Consultoria



Nelson Mussolini

Uma tarefa para o próximo presidente

O peso dos impostos cobrados das empresas e dos cidadãos no País é absurdamente alto, notadamente o que recai sobre a produção e a venda dos produtos farmacêuticos.

A campanha presidencial está em curso. Momento propício para rediscutir uma questão que afeta profundamente os brasileiros e que o próximo ocupante do Palácio do Planalto terá de enfrentar sem hesitação: a necessidade de reduzir a carga tributária que incide sobre medicamentos.

Hoje, a tributação dos medicamentos equivale a 31,3% do preço final ao consumidor. O cálculo é do Sindusfarma, que atualizou estudo do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação.

A situação já foi pior. Na última década, a carga tributária dos medicamentos no País registrou até uma pequena queda. Em 2006, era de 35,07%. Com o fim da CPMF, em 2008, ficou em 33,9%.

No contexto global, o peso dos impostos sobre medicamentos no País continua sendo uma aberração. Sem o Brasil, a média mundial é 6,3%, sendo que muitos países não cobram imposto nenhum. Mesmo na comparação com o segundo colocado – Argentina – a diferença é enorme: mais de dez pontos percentuais!

Além disso, há uma flagrante incoerência tributária na cobrança de impostos de medicamentos, quando comparada à de outros bens essenciais. O consumidor paga mais imposto em medicamentos do que em alimentos, como leite (12,6%), arroz e feijão (15,3%) e carnes (17,5%) e itens não básicos, como joias (20,2%), aviões e embarcações (28,3%) e flores (17,7%).

No caso dos medicamentos veterinários (13,1%), a tributação equivale a menos de metade da dos medicamentos de uso humano.

Assim, é preciso reafirmar o que o Sindusfarma vem pregando há anos: o peso dos impostos, taxas e contribuições cobrados das empresas e dos cidadãos no País é absurdamente alto, notadamente o que recai sobre a produção e a venda dos produtos farmacêuticos.

Como a entidade sempre enfatizou, ampliar o acesso aos medicamentos diminui a despesa do Estado com saúde e não afeta o equilíbrio fiscal. Pois está provado, pela bem-sucedida experiência do “Programa Aqui Tem Farmácia Popular”, que mais acesso reduz as despesas hospitalares. Ou seja, o Estado perde um pouco de receita, mas gasta muito menos para oferecer mais saúde para a população.

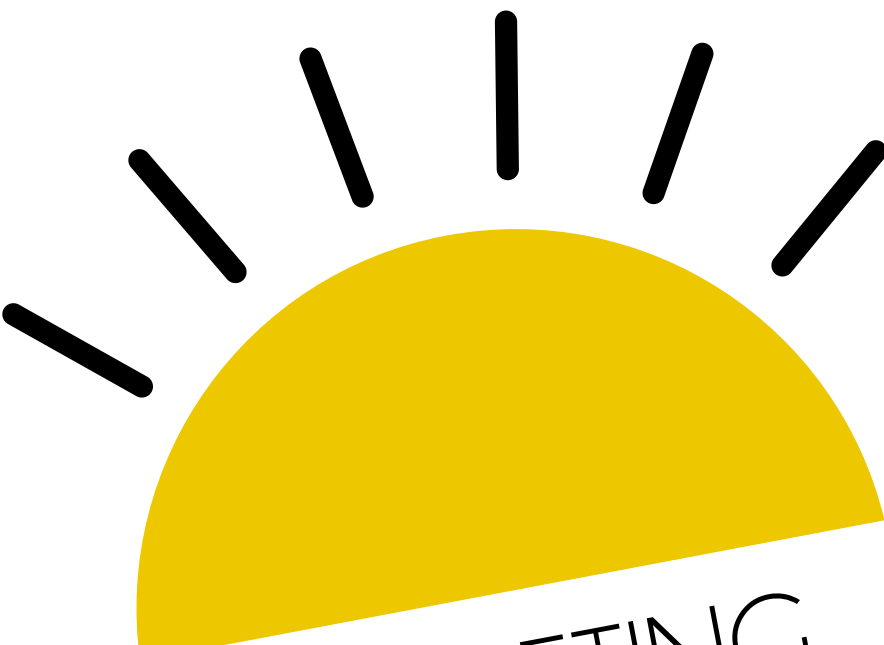
O projeto de lei de reforma tributária que está sendo discutido atualmente na Câmara dos Deputados, com a relatoria do deputado federal Luiz Carlos Hauy, do Paraná, tem vários pontos positivos, entre eles a isenção quase total da cobrança de tributos sobre a produção de medicamentos.

Temos de nos mobilizar para fazer esse projeto de lei andar. Sem pressão do setor da saúde, nada vai mudar.

Caberá, portanto, ao próximo presidente da República atacar e resolver essa questão. E não apenas na área farmacêutica, tendo em vista a elevadíssima carga tributária geral no País. Mas começar pela redução dos impostos dos medicamentos seria uma saída simples, rápida e emblemática para iniciar o processo de desoneração.

Pois o fim da tributação sobre medicamentos é uma medida que, além de aliviar o bolso das famílias – por lei, toda redução de impostos é automaticamente descontada do preço final ao consumidor –, traz um benefício socialmente relevante e inestimável: amplia o acesso da população brasileira a bens que contribuem de forma decisiva para melhorar a saúde e a qualidade de vida, promovendo bem-estar e desenvolvimento para o Brasil e reduzindo o custo total da saúde. 

.....
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: presidencia@sindusfarma.org.br



MARKETING DIGITAL

Sites, portais,
e-mail marketing,
redes sociais,
google adwords,
customização,
mídias sociais....

www.3dgarage.com.br
atendimento@3dgarage.com.br



11-99494-6296
11-3842-5156
11-3842-5281

Agência de marketing digital!

3dgarage



Pedro Bernardo

Interfarma

Inovação deve ser agenda prioritária do Governo

O Brasil ainda é uma economia muito fechada, o que cria inúmeros obstáculos à pesquisa e à inovação.

Sempre que um novo tratamento é descoberto e chega ao mercado, centenas ou até milhares de pessoas têm renovada a esperança de tratamento para as suas doenças ou de alívio para sintomas que as limitam. A expectativa sobre esses lançamentos é muito alta, afinal, todos querem uma vida livre de doenças.

Essa já seria uma razão mais do que suficiente para as Farmacêuticas se debruçarem sobre uma atividade de alto risco e grandes investimentos como a inovação. Cada nova terapia que chega às pessoas traz uma história de aproximadamente dez anos de pesquisa, em que dez mil tentativas se mostraram inviáveis em algum momento das investigações científicas, e tudo isso ao custo médio de US\$ 1 bilhão. Alguns segmentos de pesquisa, analisados isoladamente, já ultrapassam os US\$ 2 bilhões.

Mas a inovação vai muito além de melhorar a qualidade de vida das pessoas. Criar novas soluções para serviços, produtos ou para as mais diversas situações é algo perseguido por todos os setores de atividade econômica. Empresas, países e até blocos econômicos se organizam em busca da mesma meta porque isso representa uma forma de crescimento econômico e traz consigo uma série de benefícios.

Primeiro, a geração de empregos qualificados. Para criar algo, é preciso reunir um amplo conhecimento sobre tudo aquilo que já existe em determinado segmento e, a partir daí, dar início às pesquisas que sejam relevantes e necessárias. Tal desafio requer profissionais muito competentes.

A oferta de empregos qualificados reverbera na educação, gerando mais e melhores instituições de ensino. Há impacto também nos investimentos gerais no País, uma vez que as pesquisas requerem estruturas adequadas e modernas para serem conduzidas.

Quando algo novo é descoberto, ele passa a ser produzido em escala, o que pode implicar investimentos para a construção ou aperfeiçoamento de plantas industriais, com reflexo na área de logística e possível impacto na balança comercial.

Tudo isso, obviamente, será tributado. Portanto, o Governo passa a ter mais recursos e, assim, áreas completamente distantes do setor inovador também passam a ser beneficiadas com os resultados de sua prosperidade. Não é à toa que tanto se usa a expressão “ciclo virtuoso da inovação”.

Para alcançar um ambiente favorável à inovação é fundamental observar o momento que vive o País, especialmente no que diz respeito às iniciativas e ações diretamente ligadas à inovação. Recentemente, a Interfarma lançou o livro **Novos caminhos para a inovação no Brasil**, em conjunto com IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e Wilson Center Brazil Institute, em que três fatores são destacados: i) pessoas com boa formação profissional, especialmente cientistas e engenheiros; ii) infraestrutura adequada para a realização de pesquisas de alto nível e; iii) um ambiente sem entraves à produção científica e à inovação.

Contudo, o livro constata que o Brasil tem menos cientistas e engenheiros em relação à população total do que a maioria dos países desenvolvidos. Além disso, a qualidade do ensino não melhorou, segundo indicadores nacionais e internacionais, embora o acesso à educação tenha aumentado.

No âmbito científico, o País melhorou a sua representatividade no ranking mundial, passando a responder por 3% da produção científica, ante 0,7% em 1990. Contudo, as pesquisas são consideradas de pouca relevância.

Além disso, a ciência brasileira ainda é muito fechada ao exterior, com pouco intercâmbio de professores e estudantes. Há muita burocracia para a condução de pesquisas, especialmente em universidades públicas – outro entrave importante ao País.

Por fim, a publicação demonstra que o Brasil ainda é uma economia muito fechada, o que cria inúmeros obstáculos à pesquisa e à inovação. O ambiente de negócios é extremamente complexo e burocrático, em vez de ágil e flexível.

A grande contribuição desta publicação está justamente em identificar os problemas mais urgentes a serem resolvidos para que a nação tenha o seu potencial competitivo e inovador devidamente explorado. Por isso, a Interfarma realizou ações para fomentar o debate, como um evento na Câmara dos Deputados, com a presença do Presidente da casa, Rodrigo Maia. O debate também foi levado a órgãos de pesquisa, com eventos na FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos) e na Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo), em que estudiosos da inovação puderam refletir sobre as constatações do livro.

Esperamos, com isso, não só destacar a importância da inovação, mas também promover as discussões necessárias para que políticas públicas favoráveis ao ambiente inovador passem a ser prioridade nas agendas de Governo. 

Pedro Bernardo é Presidente Executivo da Interfarma.
E-mail: interfarma@interfarma.org.br



**A AGÊNCIA
7x CAMPEÃ DO PRÊMIO
TOP SUPPLIERS.**



tíee.com.br



Marcelo Weber e Renata Schott

Disrupção na Indústria da Saúde

Ela já está entre nós

A finalidade desse texto é mostrar que monitorar a inovação disruptiva vai muito além de um olhar sobre seus concorrentes diretos. Exige um olhar multiverso e suprassetorial.

Recentemente, tivemos acesso a um artigo* sobre algumas das tecnologias ou iniciativas que poderiam promover um movimento de inovação disruptiva na indústria da saúde. Claro que as premissas expostas consideram os mercados europeu e o norte-americano. Contudo, ao terminar a leitura do artigo, pensamos em como poderíamos extrapolar, para o mercado brasileiro, o impacto de algumas dessas iniciativas. E, para nossa surpresa, apesar da grande diferença entre os mercados, principalmente, quanto a fatores, como dimensões, disponibilidade de recursos e complexidade, a análise se alinhou, satisfatoriamente, à realidade atual de nossa indústria da saúde.

Antes de iniciarmos o exercício, porém, vamos alinhar a definição sobre o que é disrupção. De acordo com o Google, disrupção é:

disrupção

substantivo feminino

1.interrupção do curso normal de um processo.

2. **ELETRICIDADE**

restabelecimento brusco de corrente elétrica, causando faíscas e intenso gasto da energia acumulada.

Ou seja, disrupção é uma mudança de natureza intensa e de forte impacto no curso regular de qualquer processo ou realidade. Por isso, quando falamos em disrupção nos vem à mente negócios como Uber e Arbnb, além de tecnologias, como a fotografia e a música digitais.

Pois bem, destacado isso, vamos agora passar por cada uma das tecnologias ou iniciativas selecionadas do artigo*original. Em seguida, ilustrar cada uma delas.

Fundos de investimento na Saúde (Private equity investment in healthcare) – de hospitais e planos de





saúde a laboratórios de análises clínicas e redes de farmácias. O capital privado, nacional e internacional, tem mostrado grande apetite por operações de saúde. Com isso, variáveis como tecnologia, inovação e eficiência vêm ganhando espaço nas instituições de saúde no Brasil. Com a valorização do dólar em relação ao real, muitos desses ativos estão subvalorizados, ampliando o apetite de fundos estrangeiros de private equity por ativos de saúde. Sobretudo, após a liberação da participação de capital estrangeiro em negócios do setor.

Inteligência Artificial (Artificial intelligence)

– IBM, Google e Microsoft. Todas são empresas de tecnologia com sistemas de Inteligência Artificial (AI) e aplicações em saúde. Desde a análise de um grande volume de dados (Big data) para a definição da melhor conduta terapêutica, até, mais recentemente, o anúncio do Google (Alphabet) sobre o desenvolvimento de um algoritmo capaz de prever, com grande acurácia, a probabilidade de óbito de um paciente hospitalizado em estado grave.

Medicina de Precisão (Precision medicine)

– a cada dia, a medicina de precisão torna-se uma realidade. Iniciou-se com a oncologia, na qual, a partir de exames genéticos e avaliações de mutações tumorais, passou-se a definir qual a melhor terapêutica. Agora, com a redução dos custos das reações de sequenciamento, dos custos de aquisição dos equipamentos de NGS (next generation sequencing) e da maior facilidade de acesso às bases de dados genéticos, essa realidade se expande para outras especialidades e segmentos médicos. Cada vez mais, temos testes denominados de Companion Diagnostic (CDx) utilizados na definição de qual o medicamento mais adequado para o tratamento de quadros como: depressão, hipertensão, hipercolesterolemia, contracepção etc. Tudo de acordo com o tipo de resposta do paciente: normal, baixa ou alta.

Varejo como atendimento primário (Retailers as primary care physicians)

– apesar das limitações e restrições regulatório-sanitárias existentes no Brasil, sobre o atendimento de pacientes por não-médicos,

temos observado uma importante evolução nesse segmento. Já há alguns anos, foi aprovada a implantação de Programas de Atenção Farmacêutica por Farmácias e Redes. Com isso, os estabelecimentos farmacêuticos passaram a realizar testes rápidos, consultas e orientações sobre o uso de medicamentos em quadros de doenças crônicas, como hipertensão, diabetes e hipercolesterolemia.

Apesar de uma iniciativa tímida, quando comparada a outros sistemas de saúde, esse movimento, ocorrido no mercado brasileiro, mostra o potencial do varejo farmacêutico como porta de atendimento primário ao paciente.

Mileniais como consumidores (Millennials as consumers)

– a forma como os cuidados com a saúde são consumidos por esse público é bastante diferente do modelo de consumo de gerações, como baby boomers ou geração X. Um dos principais canais de consumo dessa geração é o digital. Ou seja, as ofertas de saúde para esse público passam, necessariamente, por canais digitais e on-line.

Outro aspecto é o nível de consciência desse público sobre a importância da saúde preventiva, muito superior ao das gerações passadas. Com isso, a tendência é um conjunto de ofertas de saúde que valorizem a prevenção e estilos de vida saudáveis. Para a geração dos Mileniais, saúde não é uma questão de ausência de doença, mas de estilo de vida.

Internet das coisas (Internet of things)

– podemos considerar como dispositivos e aplicativos que conectam sistemas por meio de redes de computadores on-line. São dispositivos capazes de rastrear, por exemplo, sinais vitais, sistemas corporais e sono entre outras funções. Estão cada vez mais presentes na vida de todos nós e, cada vez mais, voltados ao monitoramento de funções de saúde de pacientes portadores de patologias crônicas e alto nível de morbidade.

Entrantes não tradicionais (Nontraditional entrance into the market)

– recentemente Amazon, JPMorgan Chase e Berkshire Hathaway anunciaram a formação de uma joint venture para explorar oportunidades na área da saúde e auxiliar seus colaboradores a acessarem serviços de saúde. A Apple, por sua vez, fez melhorias e adaptações em seu Health App para facilitar o acesso e compartilhamento de informações de pacientes

com seus profissionais de saúde.

O inusitado nesses acontecimentos é a natureza das empresas: Amazon, um gigante do varejo on-line, JP Morgan Chase, um banco de investimento, Berkshire Hathaway, uma holding capitaneada pelo conhecido Warren Buffett, e Apple, uma empresa de tecnologia na área de software e hardware. Ou seja, nenhuma dessas empresas são operações oriundas, originalmente, do segmento da saúde.

A inovação disruptiva não é algo que ocorre repentinamente. Apesar, do “efeito tsunami” que provoca no cenário competitivo dos mercados/indústrias, a disrupção se inicia anteriormente, de forma silenciosa, e a partir de novas tecnologias, aplicações, modelos de negócios, players e a adoção por usuários. Trata-se de um processo progressivo e contínuo. Entretanto, o desafio atual das grandes corporações é justamente o de antever quais inovações apresentam potencial disruptivo.

A finalidade desse texto é mostrar que mapear e monitorar a inovação disruptiva vai muito além de um olhar sobre seus concorrentes diretos e as forças competitivas de sua indústria. Exige um olhar multiverso, multifacetado e suprassetorial. Uma forma inovadora de pensar, nesse mercado tão volátil, é a que denomino de “Blockchain Value”. Ao invés da tradicional abordagem Value Chain.

Esse abordagem pressupõe que os recursos, processos e agentes da cadeia de valor tradicional (Value Chain) não se organizam mais a partir de um encadeamento linear e sequencial. Mas se estruturam de forma não-linear, espacial e em blocos (Block). E gerar Valor (Value) ou antever os modelos futuros de geração de Valor, significa imaginar como esses diversos blocos podem se conectar, interagir e operar conjuntamente (Chain).

“O Valor Total está nas partes. E cada parte traz um pedaço indissociável de Todo o Valor. Blockchain Value é a conexão de tudo isso na geração do Valor.”

(*) Artigo: These are the 8 most disruptive issues in healthcare - Written by Alyssa Rege | June 18, 2018 - ©

Copyright ASC COMMUNICATIONS 2018

.....
**Marcelo Weber é CEO – Co-founder
MW2 Partnership & Alliance.
Renata Schott é especialista em
Sustentabilidade e Responsabilidade Social.
E-mails: marcelo.weber@mw2.net.br;
renata.schott@br.netgrs.com**



Marcos Veçoso

Custo, Preço e Valor

A percepção de valor pode variar muito de pessoa para pessoa e também em função do momento, ou seja, da utilidade percebida no produto ou serviço em questão.

A diferença entre custo, preço e valor ainda não é totalmente clara para muitas pessoas. Em decorrência disso, decisões equivocadas podem ser tomadas, visto a dinâmica de percepções das partes envolvidas em diferentes relações de troca.

Custo: Refere-se ao emprego de recursos, tais como dinheiro, tempo, habilidades etc. Em síntese, tudo aquilo que foi empregado na geração de um produto ou serviço.

Preço: É aquilo que se pede, em recursos monetários, pelo produto ou serviço produzido.

Valor: É o que o comprador adquire pelo preço pago, ou seja, aquilo que leva consigo.

Parece simples, certo? Mas não é bem assim.

A percepção de valor pode variar muito de pessoa para pessoa e também em função do momento, ou seja, da utilidade percebida no produto ou serviço em questão.

Quando você está com fome, o valor de um sanduíche é muito maior do que quando já está satisfeito. Por exemplo, na recente greve dos caminhoneiros, com a consequente falta de combustíveis, os preços do Uber subiram às alturas.

Muitos pagaram acima do que estavam habituados, pois o valor do transporte naquele momento, para parte das pessoas, subiu (em vista das necessidades do momento, falta de opções etc.), e isso repercutiu diretamente no preço.

Esse exemplo ilustra bem como a percepção de valor depende do conjunto de necessidades daqueles que precisam “comprar” algo. É essa percepção que pode levar à noção de que um produto ou serviço é muito caro, ou seja, tem um preço acima do valor a ele atribuído.

Da mesma forma, percepções de preços muito baixos frente ao valor percebido também levam a uma possível rejeição à compra. Quem, em sã consciência, não desconfiaria da oferta de uma Ferrari novinha por, digamos, R\$ 30 mil. Tem alguma coisa errada nisso!

Distorções também podem ter sua origem nos custos. Imaginem que, para produzir um produto ou serviço, você opta por empregar um recurso mais caro, de forma a ter um diferencial que eleve a percepção de valor. Mas, por alguma razão, isso não acontece.





Por exemplo: um fabricante de perfumes resolve mudar a embalagem do seu produto e opta por uma produzida com material importado, de altíssima qualidade, elevando os custos de produção significativamente.

A pergunta é: será que esse custo determinará aumento proporcional na percepção de valor, permitindo que essa diferença seja repassada ao preço?

Notem que, nesse exemplo do perfume, se o consumidor é indiferente ao material utilizado na embalagem, isso pode não agregar valor algum ao produto, levando a um de dois resultados possíveis:

- 1) O fabricante repassa o custo adicional mesmo assim, o preço fica mais alto do que o valor percebido e o consumo cai ou;
 - 2) O fabricante não repassa o custo adicional para o preço, mantendo o nível de consumo, mas, como consequência disso, as margens caem.
- Ou seja, ocorrem perdas de qualquer forma.

O marketing tem como um de seus pilares gerar valor a produtos e serviços, buscando, com isso, um melhor equilíbrio entre essa percepção e os preços praticados. Na regra geral, as ações de marketing visam o equilíbrio dessa relação. Nos negócios farmacêuticos, essa busca é igualmente rotineira, com muitos casos de sucesso e outros nem tanto.

No caso de medicamentos de prescrição, a equação fica ainda mais complexa, pois há necessidade de agregar valor ao prescritor e também ao paciente (consumidor), que, tradicionalmente, percebe menos valor nesse tipo de produto (com exceções, é claro) em comparação a outros. Remédio não é mais atraente que um tênis novo, por exemplo.

Nesses esforços, fonte comum de insucessos é a tentativa de agregar valor a algo não percebido dessa forma. Em outras palavras, atribui-se valor a uma dada característica e seu respectivo benefício, e isso é repassado ao preço. Se a outra parte não reconhece esse valor, o preço torna-se incompatível.

As dificuldades em proporcionar benefícios que efetivamente melhorem a percepção de valor têm sido progressivas, o que deu origem ao chamado marketing emocional, que é um tema complexo e sobre o qual não é possível tratar de forma breve.

Finalmente, há uma fonte inquestionável de insucessos nessa busca pelo equilíbrio preço x valor, que é a falta de recursos financeiros para fazer frente a um dado preço, mesmo havendo reconhecimento do seu valor.

Em se tratando de produtos para a saúde, essa situação é tão recorrente que já caiu na rotina, ficando sempre a imagem de que produtos farmacêuticos, por exemplo, são muito caros (e em, muitos casos, são mesmo).

Por outro lado, se fala muito pouco da insuficiência da assistência farmacêutica pública, assim como o fato de vivermos em um País onde temos a distribuição de renda mais injusta do planeta.

Mais uma vez, assuntos complexos e sobre os quais não é possível tratar de forma breve. 



.....
Marcos Vecoso é Diretor Executivo na Minds4Health, Professor de Pesquisa de Marketing (Pós-Graduação – INSPER) e Mestre Internacional em Economia da Saúde – UPF/Barcelona.
E-mail: marcos.vecoso@minds4health.com.br



Jordi F. Botet e Lauro D. Moretto

Riscos à Qualidade na Distribuição de Medicamentos

Introdução e conceituação

A distribuição é uma atividade importante na gestão da cadeia de suprimentos integrada de produtos farmacêuticos. Várias pessoas e entidades são, geralmente, responsáveis pelo manuseio, armazenamento e distribuição de tais produtos. Em alguns casos, no entanto, uma pessoa ou entidade só é responsável por determinados elementos do processo de distribuição. Durante todas as etapas do processo de distribuição, é imprescindível garantir a qualidade e identidade dos produtos farmacêuticos. Estes aspectos incluem, mas não se limitam, à aquisição, armazenamento, distribuição, transporte, reembalagem, reetiquetagem, documentação e práticas de manutenção de registros.

A natureza dos riscos envolvidos na distribuição é, provavelmente, semelhante à dos riscos encontrados no ambiente de fabricação, como por exemplo, misturas, adulteração, contaminação e contaminação cruzada. Quando a cadeia de distribuição é interrompida por etapas de fabricação, como reembalagem e nova rotulagem, os princípios de boas práticas de fabricação (BPF) devem ser aplicadas a esses processos.

As boas práticas de distribuição (BPD) são partes da garantia de qualidade, que asseguram que a qualidade de um produto farmacêutico é mantida por meio do controle adequado das numerosas atividades que ocorrem durante o processo de distribuição, bem como fornecem uma ferramenta para proteger o sistema de distribuição de medicamentos não aprovados, ilegalmente importados, roubados, falsificados, abaixo do padrão, adulterados e/ou produtos farmacêuticos de marca incorreta.

Produtos farmacêuticos falsificados são uma ameaça real à saúde pública e segurança. Consequentemente, é essencial proteger a cadeia de abastecimento contra a penetração de tais produtos. Pontos fracos nos processos de distribuição de produtos farmacêuticos fornecem uma avenida para falsificação, bem como ilegalmente importados, roubados e de baixa qualidade para entrar na cadeia de suprimentos.

Nos últimos 10/15 anos, o termo “risco” tem sido insistentemente inserido no contexto da qualidade dos medicamentos. O objetivo é relacionar potenciais fatores que podem promover alteração física ou química ou biológica dos medicamentos, as quais provocam perda da potência ou do teor dos princípios ativos neles

contidos. Uma alteração em um medicamento se reflete na redução da eficácia terapêutica e também, com certa frequência, em efeitos colaterais indesejáveis.

O resultado de uma alteração em um medicamento se reflete na redução da eficácia terapêutica e também, com certa frequência, em efeitos colaterais indesejáveis. A falta de eficácia terapêutica representa, obviamente, o maior e mais grave risco à saúde dos pacientes.

No mundo médico e farmacêutico do século XX, a palavra “risco” já era bem conhecida e empregada para indicar que algo negativo podia acontecer. Na vida prática de todos os dias, era comum a expressão do tipo “pegue a jaqueta se não quiser correr o risco de ficar resfriado”.

Já no século XXI, a diretriz Q9 – Gerenciamento do Risco da Qualidade, da ICH (International Conference on Harmonisation of Technical Requirements for Registration of Pharmaceuticals for Human Use) introduziu uma definição muito mais técnica de “risco”, definindo-o como “combinação da probabilidade e gravidade de um dano para a qualidade” e desenvolvendo o conceito de gerenciamento do “risco”.





Fig. 1 Representação esquemática de perigo, risco e dano, bem como gestão do risco

A Figura. 1 descreve os conceitos relacionados com o perigo, risco e dano, em que o “perigo” se constitui a fonte potencial de dano: o “dano” representa o prejuízo ou estrago à saúde derivado da perda de qualidade de um produto e risco a combinação de probabilidade e de sua gravidade, bem como a gestão e redução do risco.

Com essa conceituação da ICH, o “risco” está relacionado com a probabilidade de ocorrer um dano ao medicamento, resultante de fatores físico, químico ou biológico ou a combinação dos mesmos, que pode interferir numa das dimensões da qualidade, que é a do desempenho terapêutico de um medicamento.

A gravidade de um perigo, na maioria dos casos, permanece inalterada, pois ela é inerente a um ou mais componentes ou ao produto como um todo. Assim, a degradação de uma substância ativa (fármaco ou princípio ativo), contida em um medicamento, se constitui um risco de perda da atividade terapêutica do mesmo. Para se evitar que essa gravidade se manifeste é indispensável impedir a ocorrência da degradação.

A probabilidade de ocorrência de um perigo tem enfoque diferente. Pode-se empregar recursos que diminuam ou impeçam a ocorrência do mesmo.

Mas, por que falamos de risco? Em um mundo moderno e tecnológico, tem ainda sentido falar de risco?

A resposta é muito simples: perigos sempre existirão e, por conseguinte, riscos também. É verdade que a tecnologia tem conseguido eliminar alguns perigos, mas, na maioria dos casos, ficamos forçados a conviver com eles. Aqui cabe um exemplo digno de referência das áreas médica e farmacêutica. A varíola dizimou milhões de vidas humanas e representava um perigo muito grave, hoje eliminado pelo emprego de vacina antivariólica.

Portanto, conhecer os perigos e determinar seus riscos é essencial para nossa segurança e muito útil para manter a qualidade dos medicamentos. Isso é o que estamos fazendo continuamente em nossa vida prática e também no segmento farmacêutico.

Aplicação prática da análise do risco farmacêutico

A condição prévia à determinação do risco para um item é conhecê-lo, para analisar possíveis consequências. A seguir, avaliam-se os possíveis danos associados. Com esses dados e informações, podemos adotar medidas e sistemas de controle, que constituem o que se denomina Gerenciamento do Risco.

O gerenciamento do risco pode ser aplicado a qualquer item ou ação. A própria diretriz ICH Q9 lembra que ele é aplicável a todos os aspectos das Boas Práticas de Fabricação e Boas Práticas de Distribuição de Medicamentos, representadas por suas siglas BPF (GMP em língua inglesa) e BPD (GDP em língua inglesa).



Existem diversas “ferramentas” que sistematizam as informações recolhidas para desenvolver a análise do risco. Elas não nos dão informação, apenas ajudam a organizar a informação da qual já dispomos.

Uma ferramenta simples, mas efetiva, é a APP (Análise Preliminar dos Perigos), conhecida internacionalmente como PHA (Primary Hazard Analysis).

Para realizar a APP de um “objeto de estudo”, em primeiro lugar é preciso reunir informações sobre os perigos que ameaçam este objeto. Depois, são determinadas as possíveis causas, consequências e significado destes perigos. E, finalmente, com todas estas informações podemos propor medidas de prevenção, monitoramento e controle para os perigos. A APP propõe uma tabela para organizar os dados (Tabela 1).

Perigo	Causa	Efeito	Precisamos fazer algo?	Medidas

Tabela 1. Exemplo de modelo de tabela para APP (PHA)

Os riscos aos medicamentos na mercadologia farmacêutica (marketing)

O intuito é que os medicamentos fabricados pela empresa autorizada cheguem ao paciente de acordo com o padrão de qualidade para o uso pretendido e estabelecido no registro. Isso quer dizer que o medicamento fabricado no laboratório deve ser adequadamente tratado durante todas as etapas da mercadologia por meio da cadeia de distribuição.(Figura 2).



Figura 2. A cadeia de distribuição de um produto desde o laboratório até o paciente

Para um adequado gerenciamento dos riscos nestes processos pode-se empregar, por exemplo, a APP, tal como foi descrito anteriormente. Aqui não serão considerados os riscos derivados da manufatura e do emprego pelo paciente, pois são, geralmente, considerados em outras conjunturas. Também não se leva em conta o “efeito”, uma vez que, neste caso, seria sempre o mesmo: perda de qualidade do produto.

Perigos que afetam os medicamentos na cadeia de distribuição

Os perigos podem depender dos produtos, das pessoas que o desenvolvem e das pessoas que fazem parte da

cadeia de distribuição. Conhecidos tais perigos, pode-se determinar suas causas e consequências e avaliar o significado. E, finalmente, pode-se chegar até o alvo do estudo: estabelecer as medidas de controle que vão possibilitar ter os perigos sob monitoramento e controle. A tabela 2, relaciona os perigos potenciais, as causas inter-relacionadas e as medidas que podem ser desenvolvidas para o gerenciamento do risco.

Perigo	Causa	Medidas
Degradação na armazenagem	Mantido em condições inadequadas	Qualificação e monitoramento do armazém
Confusão de produtos	Gerenciamento ruim do armazém	Sistema de qualidade e POPs. Operações automatizadas ou monitoradas por duas pessoas
	Pessoal mal treinado	Programa de treinamento
Má proteção do produto	As caixas com as quais são expedidos os produtos não os protegem bem	Estudar a maneira mais adequada para mandar os produtos desde o armazém
Degradação durante o transporte	Mantido em condições inadequadas	Distribuidor qualificado. Monitoramento das condições de transporte.
Contaminação durante a distribuição	Veículos de transporte e armazéns intermediários inadequados	Qualificação dos veículos de transporte e dos armazéns. Revisão dos veículos antes de carregá-los
Roubo/Falsificação	Roubo ou desvios ou substituição de medicamentos durante o transporte	Qualificação do transportador. Sistemas de alarme. Marcação dos medicamentos
Administração ao paciente do medicamento inadequado	Erro médico/do hospital/da farmácia	Treinamento. Aplicação de boas práticas. Duplo controle/Controle informatizado.

Tabela 2. Exemplo de análise preliminar de perigos no marketing

Em resumo, a gestão do risco na cadeia de distribuição não é apenas uma atividade que poderia ser considerada de “bom senso” pelos responsáveis pelo trânsito dos medicamentos até o paciente. Ela exige conhecimentos indispensáveis dos potenciais perigos que podem provocar alteração no medicamento com perda de qualidade dos mesmos e, conseqüente, dano ao paciente. A gestão do risco se ocupa da avaliação, controle e comunicação do mesmo, com propostas de ações que possibilitam a eliminação ou redução da probabilidade de aparição e de sua gravidade. UF

.....
Jordi F. Botet é Farmacêutico e Biólogo e membro honorário estrangeiro da Academia de Ciências Farmacêuticas do Brasil/Academia Nacional de Farmácia.

E-mail: jbotetfregola@gmail.com

Lauro D. Moretto é Farmacêutico-Bioquímico, membro titular e Presidente Emérito da Academia de Ciências Farmacêuticas do Brasil/Academia Nacional de Farmácia.

E-mail: presidenteemerito@cienciasfarmaceuticas.org.br



73º CONGRESSO
BRASILEIRO DE
CARDIOLOGIA

CENTRO INTERNACIONAL DE CONVENÇÕES DO BRASIL - CICB

AGENDE ESTA DATA **14 A 16 SET 2018**

ATUALIZAÇÕES E INOVAÇÕES
VOLTADAS PARA A PRÁTICA CLÍNICA

O MELHOR DE 2018
EM UM ÚNICO
CONGRESSO

CARDIO2018.COM.BR





SBC projeta a cardiologia brasileira e se consolida como uma das mais importantes do mundo

Com 14 mil associados, a SBC é uma das mais importantes sociedades de cardiologia do mundo. Há mais de 60 anos, a entidade vem contribuindo para a formação e a capacitação dos médicos, bem como contribuindo para melhorar a saúde da população. Um dos principais pilares de atuação da entidade são os projetos e iniciativas que visam reduzir as mortes por doenças cardiovasculares no Brasil, um problema que provoca a morte de mais de 350 mil pessoas todos os anos.

Desde janeiro, a SBC conta com um novo presidente, Dr. Oscar Dutra, que pretende prosseguir com ações que levem conhecimento à população e ao Governo a respeito dos males do coração.

Confira nesta entrevista exclusiva com Dr. Oscar Dutra, os planos da atual gestão e os últimos avanços da cardiologia brasileira.

Revista UPpharma – O senhor assumiu há pouco tempo a Presidência da Sociedade Brasileira de Cardiologia, uma das mais importantes do mundo. Fale-nos um pouco do atual momento da entidade?

Dr. Oscar Dutra – A SBC é, sem dúvida, uma sociedade de cardiologia das mais importantes do mundo. Trata-se de uma entidade extremamente profissionalizada, que desfruta de grande respeito nacional e internacional. Atualmente, contamos com 14 mil associados e desenvolvemos uma série de ações e projetos em várias áreas, o que contribui para o fortalecimento da sociedade em todos os níveis.

Hoje, a SBC vive um momento de readequação, muito devido à atual conjuntura do País, que exige uma nova postura na que se refere à administração de custos.

A recessão econômica impôs desafios. O País vive dificuldades econômicas que impactam o aporte financeiro de nossos parceiros, fazendo com que tivéssemos um olhar mais criterioso em relação à gestão.

A SBC desfruta de saúde financeira, mas, como muitas outras entidades, temos de readequar nossos investimentos para que continuemos a manter a solidez, que sempre foi nossa marca registrada.

Para isso, estamos sedimentando um processo administrativo interno, que vem otimizando recursos e tomando a SBC ainda mais profissionalizada. Trata-se de um projeto que herdamos da gestão anterior, do Dr. Marcus Malachias, e demos continuidade. Este processo envolveu, por exemplo, a readequação dos custos do nosso Congresso Brasileiro, que é nossa principal fonte de recursos.

A edição 2018, que ocorre de 14 a 16 de setembro, em Brasília (DF), contará com uma vasta programação, visando à atualização de temas relevantes na cardiologia e, principalmente, assuntos voltados à prática clínica.

Para organizar o evento deste ano, também promovemos uma readequação dos custos do congresso. Uma das ações foi reduzir o número de palestrantes, o que irá garantir uma resposta financeira melhor no atual cenário em que vivemos.

Queremos deixar claro que de forma alguma estamos desprestigiando palestrantes que sempre estiveram presentes ao evento. O fato é que optamos por especialistas com base na programação definida, que foi desenhada dentro dessa nova visão de otimizar custos.

Desde janeiro, a SBC conta com um novo presidente, Dr. Oscar Dutra, que pretende prosseguir com ações que levem conhecimento à população a respeito dos males do coração.



Dr. Oscar Dutra

Também estamos dando continuidade a todos os projetos importantes voltados à saúde e à prevenção de doenças, bem como à formação médica, o que faz parte da missão da entidade.

Quais os principais desafios e metas de sua gestão?

A atividade científica está consolidada na entidade. Contamos com um número expressivo de excelentes profissionais com representatividade nacional e internacional, que nos ajudam a disseminar o conhecimento científico. E essa é uma área que recebe muita atenção da SBC.

Temos ainda trabalhado em vários projetos. Assim como em outras gestões, uma de nossas bandeiras é a redução das mortes por doenças cardiovasculares no Brasil. Dessa forma, a promoção da saúde cardiovascular terá grande foco em nossa gestão.



ESPECIAL DIA DO CARDIOLOGISTA



Para se ter ideia, as doenças do coração são as principais causas de mortes no Brasil. São mais de 350 mil pessoas que perdem a vida todos os anos por doenças que, muitas vezes, poderiam ser evitadas. Problemas no coração chegam a matar duas vezes mais que todos os tipos de câncer, 2,5 vezes mais que todos os acidentes e mortes decorrentes por violência e seis vezes mais que as infecções, incluídas as mortes por Aids. A cada três minutos morre uma pessoa no Brasil por problemas cardiovasculares.

O trabalho da SBC voltado à prevenção envolverá ações e campanhas em datas temáticas, como o Dia da Hipertensão, Colesterol, Mundial do Coração, Diabetes, veiculadas por meio de comunicação com TV, mídias sociais e site.

Também estamos estabelecendo uma relação bem próxima com o Governo Federal, nos colocando à disposição para participar de diálogos e iniciativas que levem informações à população e ao próprio Governo sobre o problema cardiovascular no Brasil.

Estão previstas ainda reuniões com o Ministro da Saúde, a fim de estabelecermos novas condutas para tratar essas doenças no País. Outra frente de trabalho acontece em conjunto com a Sociedade Brasileira de Diabetes (SBD). Estamos apresentando a Diabetes na sua essência, mostrando como essa doença impacta à saúde cardiovascular e é um importante fator de risco para esses males.

Considerando o atual cenário das doenças do coração no Brasil, o que podemos dizer que melhorou e o que piorou no País?

Graças ao trabalho em várias frentes das sociedades médicas, profissionais e Governo, podemos comemorar a redução da incidência de AVC (Acidentes Vascular Cerebral), que diminuiu não só no Brasil, mas em todo o mundo.

O AVC tem fatores de riscos relevantes, como a hipertensão, o colesterol, o tabagismo etc. Diante disso, temos procurado disseminar informações para a população leiga, mostrando que o controle desses fatores pode ajudar na prevenção do AVC.

Muitos projetos têm sido bem-sucedidos, como a parceria da SBC/Funcor com o Governo do Estado de São Paulo, que permitiu levar conhecimento sobre diabetes, pressão alta, obesidade e tabagismo nas escolas. O objetivo é fazer com que essa juventude adote hábitos mais saudáveis e cuide mais da saúde, prevenindo doenças cardiovasculares.

Essa parceria com o Governo de São Paulo também foi um projeto iniciado na gestão passada da SBC, que temos dado prosseguimento.

Importante ressaltar que a busca pela redução de doenças cardiovasculares acontece globalmente. Infelizmente, no Brasil temos alguns entraves, como a falta de recursos. Quando é preciso reduzir gastos por aqui, as áreas da saúde e educação são sempre as primeiras a ser impactadas.

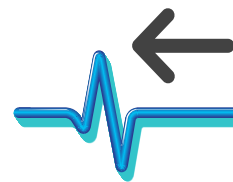
Por outro lado, além da redução do AVC, temos tido avanços também na invenção de novas moléculas e lançamento de novas drogas e procedimentos, como colocação de próteses, cirurgias minimamente invasivas e técnicas mais seguras, que garantem recuperação rápida dos pacientes e menos ricos.

Acredito que o Brasil está alinhado com o que existe de mais moderno em tratamento e cirurgias cardiovasculares. O maior impedimento na utilização de técnicas ainda mais avançadas recai na falta de recursos do SUS e operadoras de saúde, o que acaba prejudicando o paciente.

A formação do médico brasileiro é uma questão muito discutida por várias entidades médicas. Como a SBC vê hoje a formação do médico no Brasil, especialmente a do cardiologista?

Atualmente, a formação do médico brasileiro passa por um momento complexo. A abertura de várias faculdades de medicina, que não possuem as mínimas condições estruturais para atender às necessidades de ensino, está comprometendo a formação médica. Temos no País mais de 300 faculdades de medicina, muitas não contam sequer com um hospital escola ou hospitais universitários, ou mesmo com uma estrutura para suportar um conhecimento médico científico significativo.

Felizmente, o Governo sinalizou a intenção de não permitir, pelo menos por enquanto, a abertura de novas faculdades, o que vai ao encontro de uma reivindicação antiga de várias sociedades médicas.



Vejo com muito bons olhos a prova de proficiência para os recém-formados nos cursos de medicina de todo o País, proposta pelo Cremesp (Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo). Apesar de não ter sido efetivada, entendemos ser uma forma de garantir que somente médicos capacitados possam atuar e cuidar da população. Por isso, apoiamos fortemente a sua implementação.

Quais os programas da SBC voltados à formação médica?

Atualmente, temos vários programas de divulgação de conhecimento científico que os médicos podem ter acesso tanto on-line quanto presencialmente.

São cursos que a SBC oferece e podem ser ministrados pelas regionais, levando conteúdo atualizado nos temas da cardiologia.

Além disso, mantemos nosso programa de educação médica continuada, cujo objetivo é levar aos profissionais de regiões mais distantes do País mais conhecimento científico.

Ainda mantemos a Universidade Corporativa (UC), um espaço virtual criado pela SBC para viabilizar um conteúdo digital com acesso a distância para formação, atualização e aperfeiçoamento do cardiologista brasileiro. Disponível no <http://www.cardiol.br/universidade>, a UC oferece conteúdo atualizado na cardiologia e em áreas correlatas.

Na UC, o médico encontra, por exemplo, o curso on-line preparatório para a prova do Título de Especialista em Cardiologia – CAPTEC com cinco módulos abrangendo os tópicos mais importantes e aulas com conteúdo baseado na bibliografia utilizada para a prova. Há também cursos a distância, elaborados pelos Departamentos da SBC.

Em setembro, a SBC realiza seu Congresso anual. Quais os grandes destaques desta edição?

Como acontece em todos os anos, a SBC desenvolve uma programação sempre muito rica, pensando na atualização do médico. Apesar das readequações em custos, não deixaremos que isso impacte o padrão e qualidade do nosso Congresso. Estamos preparando um evento do mais elevado nível, que alia o conhecimento com a prática cardiológica.

Aliás, essa foi nossa maior preocupação nesta edição. Queremos oferecer aos participantes uma programação dinâmica, mais palatável, que eles possam absorver rapidamente e aplicar em sua rotina médica.

Para se ter ideia, 80% dos congressistas são profissionais que trabalham muitas horas, atendem em consultório, possuem horários rígidos e não dispõem de muito tempo para a atualização. Por isso, vamos disponibilizar durante o evento conteúdo para que eles possam usar em sua prática diária mais facilmente.

A SBC sempre manteve um bom relacionamento com a indústria farmacêutica. Como está hoje esta relação?

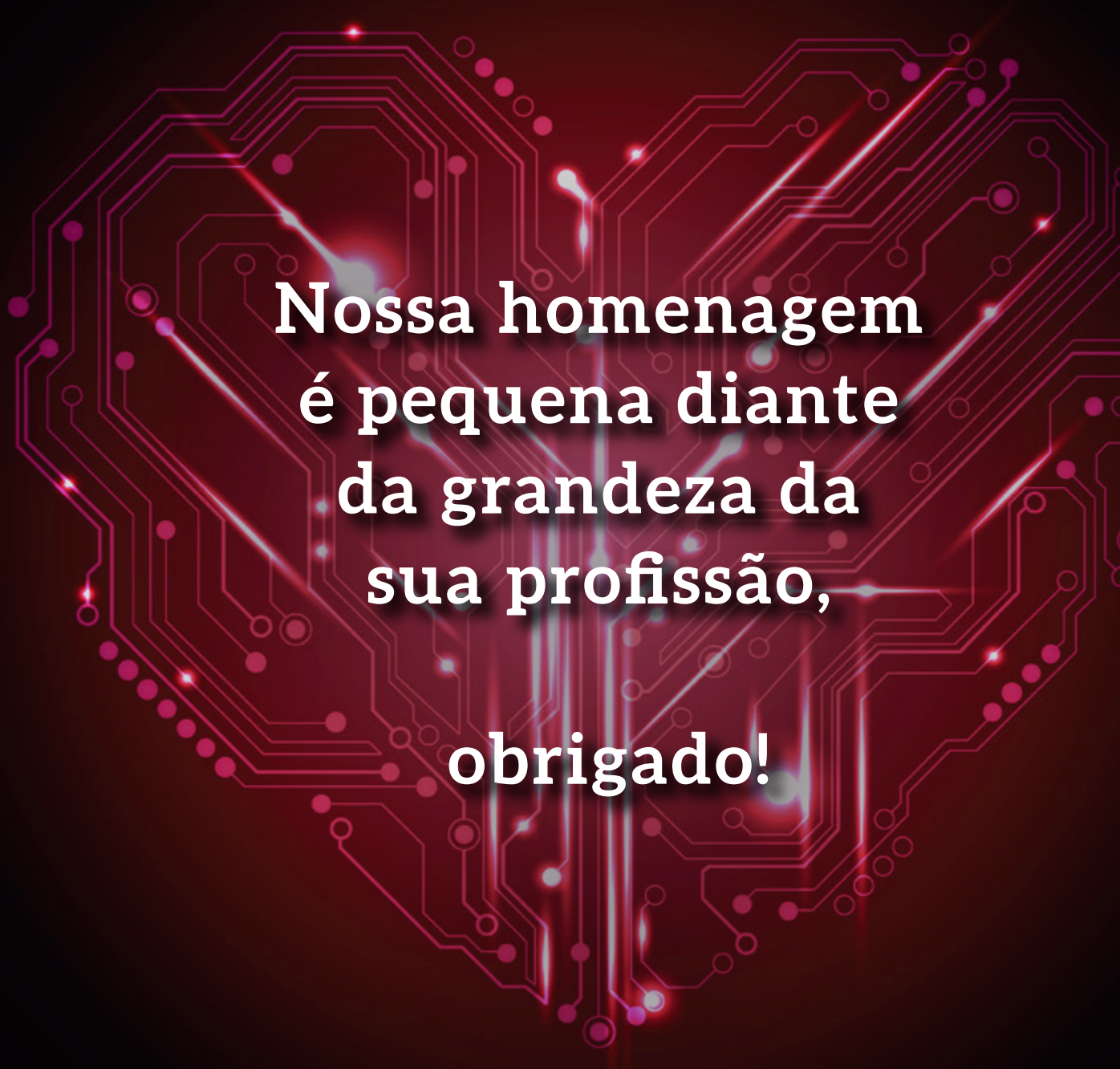
A indústria farmacêutica sempre foi um importante parceiro da SBC. Obviamente, com a recessão, as empresas diminuíram investimentos. Além disso, novas regras de compliance e normas de conduta também vêm impondo uma nova dinâmica nessa parceria. Mas os laboratórios continuam apoiando nossas ações e são grandes parceiros, até porque são empresas que vendem medicamentos. E sempre digo que companhias que vendem remédios precisam divulgar ciência. A indústria farmacêutica precisa cumprir esse papel com ética. Portanto, essa parceria tende a continuar.

Gostaria de deixar uma mensagem neste 14 de agosto para os médicos cardiologistas?

Gostaria de dizer aos médicos cardiologistas que nunca desanimem nesta profissão que abraçaram. Apesar das dificuldades, muitas vezes, más condições de trabalho, má remuneração e pouco reconhecimento, o compromisso que todos assumiram deve estar acima de tudo isso. O coração é uma representação da vida. Por isso, a todos que decidiram atuar nessa nobre especialidade, nunca se esqueçam de cuidar com carinho do coração de seus pacientes, ajudando a salvar vidas e a levar um pouco mais de esperança e alegria para seus assistidos. 

14 DE AGOSTO

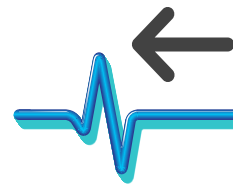
DIA NACIONAL DO CARDIOLOGISTA



**Nossa homenagem
é pequena diante
da grandeza da
sua profissão,
obrigado!**

UMA HOMENAGEM DA

FQM|FARMA[®]
CONSCIÊNCIA PELA SAÚDE



José Francisco Kerr Saraiva

A missão dos cardiologistas nos Objetivos de Desenvolvimento

No âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, a comunidade internacional tem o compromisso de reduzir em um terço, até 2030, as mortes por doenças crônicas não transmissíveis, principalmente as cardiovasculares, diabetes, respiratórias e o câncer. A meta é muito importante, considerando que, conforme dados divulgados em recente informe da Organização Mundial de Saúde (OMS), esses males tiram a vida de 41 milhões de pessoas por ano, 70% de todas as mortes no mundo. Na faixa etária entre 30 e 70 anos, são 15 milhões de óbitos anuais.

Dada a dimensão do problema, ganha especial significado a Terceira Reunião de Alto Nível da Assembleia Geral das Nações Unidas sobre Prevenção e Controle de DCNTs, a ser realizada em 27 de setembro. Espera-se a participação dos chefes de Estado e autoridades do setor de saúde de todos os países, para a adoção de políticas públicas mais eficazes. As principais medidas a serem adotadas e/ou reforçadas referem-se ao combate de causas e redução de fatores de risco como o tabagismo, inatividade física, uso nocivo do álcool, dietas não saudáveis e poluição do ar.

Por ocasião do Dia Nacional do Cardiologista (14 de agosto), é oportuno salientar o significado desse profissional para se reduzir, no Brasil e no mundo, o número de mortes por doenças crônicas não transmissíveis. Em todo o Planeta, os problemas cardiovasculares são responsáveis por aproximadamente 17 milhões de óbitos anuais, quase metade dos causados pelas DCNTs. O trabalho dos cardiologistas tem sido muito importante para que essas estatísticas não ganhem

proporções ainda mais graves. Contudo, diante das dimensões do problema, será necessário multiplicar esforços visando reduzi-lo.

Nesse sentido, as ações preventivas, exatamente como preconizam a OMS e a ONU, são fundamentais. Também é relevante a disseminação de conhecimento, pesquisa e informação sobre os procedimentos clínicos, tratamentos medicamentosos e cirúrgicos, bem como o seu acesso ao maior número possível de pessoas em todo o mundo. Todas essas metas, a começar pelo estímulo à prevenção e bons hábitos de alimentação e vida, são coincidentes com os propósitos da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo (Socesp). Exemplo disso é o nosso congresso anual, cujo tema central, em 2018, foi exatamente "Reduzindo a mortalidade por doenças cardiovasculares".

Com o mesmo propósito e, simultaneamente, à Terceira Reunião de Alto Nível da Assembleia Geral das Nações Unidas sobre Prevenção e Controle de DCNTs, nossa entidade dará início, em setembro, a uma ação da mais alta relevância: com apoio das secretarias municipais e estadual de Saúde, promoverá encontros pela internet com cardiologistas e médicos de outras especialidades da rede pública, visando contribuir para atualizar os procedimentos e, consequentemente, melhorar o atendimento à população do Estado de São Paulo. Estamos levando às cidades de todas as regiões paulistas, cursos de capacitação e, agora, de qualificação, que chegam à rede pública por meio de Web Meetings. Serão desenvolvidos módulos mensais, abordando temas da atenção primária à saúde que podem reduzir de maneira expressiva a mortalidade cardiovascular e as taxas de hospitalização.

Por meio de iniciativas como as da Socesp e de seu trabalho diário, os cardiologistas cumprem importante missão no contexto da saúde pública e no âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.



José Francisco Kerr Saraiva



Por meio de iniciativas como essas da Socesp e de seu trabalho diário na academia, consultórios, ambulatorios, unidades básicas de atendimento, prontos-socorros e hospitais, públicos e privados, os cardiologistas cumprem importante missão no contexto da saúde pública e no âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Nosso empenho é imenso e permanente no sentido de contribuir para o sucesso da meta global de redução do número de mortes causadas pelas doenças crônicas não transmissíveis. 

.....
José Francisco Kerr Saraiva é Presidente da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo – SOCESP.



Luciana Capelli Araújo

Dedicação sem limites

O meu sonho de me tornar médica me levava para a área de cirurgia. E foi assim até o décimo semestre da faculdade, quando um fato mudou a minha carreira e a minha vida. Em um estágio nas férias, tive a oportunidade de diagnosticar uma estenose aórtica em um senhor. Naquele momento, entendi que o estetoscópio me tornaria uma médica muito melhor do que o bisturi. Saber que o meu atendimento e diagnóstico fariam a diferença, me fizeram mudar totalmente o rumo que eu deveria seguir. A partir daquele momento, meu coração bateu mais forte e entendi que seria CARDIOLOGISTA.

O ser Cardiologista é algo que, no meu entendimento, vai além do exercício da medicina, pois nós estamos presentes, muitas vezes, em momentos extremos da vida dos pacientes e de seus familiares. O nosso trabalho no atendimento em consultório é de acompanhamento constante. A relação com o paciente fica muito próxima. Para muitos, passamos a ser um membro da família, e nem sempre precisamos olhar o prontuário para saber quem é o próximo paciente ou o que a pessoa precisa. É uma relação profissional adocada com amizade e carinho de ambas as partes.

Para mim, esse relacionamento é o grande diferencial do cardiologista. Nós somos pessoas constantes na rotina dos pacientes, muitas vezes conselheiros, amigos. E a recíproca é totalmente verdadeira.

Lá se vão praticamente nove anos de história na Cardiologia, uma carreira que ainda está no seu início e pela qual sou totalmente apaixonada e dedicada. E pode colocar dedicação nisso! Ser médico já é um aprendizado constante; ser cardiologista é ir um pouco além. Não existe ser um bom médico longe do aprendizado. E nós precisamos ser os melhores sempre. Afinal, estamos lidando com um dos bens mais preciosos: a vida.

Cada paciente que chega ao consultório é um novo desafio. Eu estudo, ou pelo menos tento estudar, todos os dias para estar preparada para todos eles. A cada dia são publicados novos guidelines, diretrizes, estudos, descobrem-se substâncias e, com a internet, temos acesso simultâneo às informações. Isso permite nossa atualização sem que demande muito tempo. E é parte da nossa função buscar informações e levar aos pacientes o que existe de melhor.

Outra ferramenta importante de aprendizado são os Congressos, onde temos a oportunidade de aprender sobre novos tratamentos e tecnologias e com colegas que são referências em suas áreas. Além das informações, a troca de experiência é sempre enriquecedora. Durante o Simpósio promovido pela Biolab Farmacêutica no Congresso da SOCESP 2018, o Dr. Leopoldo Soares Piegas ministrou uma palestra incrível sobre novas perspectivas no uso da Levosimendana, que já está fazendo a diferença no meu trabalho.

Importante ressaltar o trabalho realizado por farmácias sérias, que estão preocupadas em levar à classe médica informações de qualidade, que não visam apenas vender os produtos, mas que nos mostram, por meio de estudos das entidades mais conceituadas do mundo e endossado pela experiência e expertise de grandes nomes da medicina, o quanto cada substância pode ajudar a melhorar a qualidade de vida dos nossos pacientes, que é o nosso objetivo.

Diariamente, nos deparamos com situações novas em que precisamos reagir de maneira adequada e rápida, pois disso depende a vida de alguém. Impossível descrever a satisfação de acompanhar os resultados do atendimento e do tratamento indicado para o paciente, e, principalmente, quando ele absorve o que é dito e se propõe a mudar seus hábitos, entende a necessidade de se alimentar adequadamente, de praticar atividade física e de fazer o uso adequado é correto das medicações. Mais do que um tratamento ou a cura, buscamos, principalmente, a melhora na qualidade de vida.

Temos o conhecimento para tratar o que está errado, a coragem para buscar o novo e a dedicação para cuidar de quem precisa com atenção, carinho e respeito.



Luciana Capelli Araújo

E ao longe dessa jornada nos deparamos com diversos pacientes que marcam. Um deles era um jovem, de 15 anos, que machucou a perna ao jogar futebol. Ele sentia muita dor. Os médicos que o atenderam tratavam a dor e o dispensavam. Quando eu o conheci, ele estava com uma infecção (uma coleção) no local, e, ao investigarmos mais a fundo, descobrimos que o quadro tinha evoluído para um derrame pericárdico e estava em vias de evoluir com tamponamento cardíaco. Felizmente, descobrimos em tempo e ele se recuperou totalmente. Em agradecimento, ele me deu um porta-joias, que fica na minha estante até hoje e que me lembra todos os dias porque eu me tornei médica: para ajudar o próximo.

Essa é a mensagem que gostaria de deixar para todos os meus colegas de profissão. Continuem acreditando, pois nós podemos fazer a diferença na vida do outro. Temos o conhecimento para tratar o que está errado, para orientar o certo, a coragem para buscar o novo e a dedicação para cuidar de quem precisa com atenção, carinho e respeito. O hereditário não muda. O restante é trabalho nosso. Parabéns para todos nós, Cardiologistas! 

.....
Luciana Capelli Araújo é Titular em Cardiologia pela Sociedade Brasileira de Cardiologia (SBC).



NOSSA HOMENAGEM AOS
QUE FAZEM DO CORAÇÃO SUA

RAZÃO DE VIVER

Todos nos orgulhamos daquilo que fazemos de melhor. Desde seu início, a Biolab orgulha-se de ser uma empresa que tem a Cardiologia como uma das principais especialidades de atuação e também por ter construído com os cardiologistas uma parceria positiva.

Cuidar do coração exige muito conhecimento, inteligência e dedicação. É uma função que tem a complexidade e a importância na mesma proporção. O Cardiologista deixa de ser um profissional vestido de branco para se tornar membro de diversas famílias. Uma relação de confiança que se estende aos produtos que ele receita.

Agradecemos imensamente a você, Cardiologista, pela parceria que permite à Biolab continuar investindo em novos tratamentos para melhorar a qualidade de vida dos pacientes.

Nosso coração bate mais forte por toda a sua dedicação.

14 de agosto
Dia do Cardiologista

biolab
FARMACÊUTICA

NOSSA HOMENAGEM AOS
QUE FAZEM DO CORAÇÃO SUA

RAZÃO DE VIVER

Todos nos orgulhamos daquilo que fazemos de melhor. Desde seu início, a Biolab orgulha-se de ser uma empresa que tem a Cardiologia como uma das principais especialidades de atuação e também por ter construído com os cardiologistas uma parceria positiva.

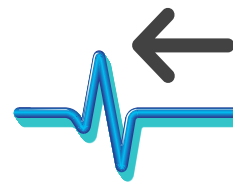
Cuidar do coração exige muito conhecimento, inteligência e dedicação. É uma função que tem a complexidade e a importância na mesma proporção. O Cardiologista deixa de ser um profissional vestido de branco para se tornar membro de diversas famílias. Uma relação de confiança que se estende aos produtos que ele receita.

Agradecemos imensamente a você, Cardiologista, pela parceria que permite à Biolab continuar investindo em novos tratamentos para melhorar a qualidade de vida dos pacientes.

Nosso coração bate mais forte por toda a sua dedicação.

14 de agosto
Dia do Cardiologista

biolab
FARMACÊUTICA



Dr. Leopoldo Soares Piegas

Um olhar de quem entende o coração

Nasci no Rio Grande do Sul e cursei Medicina em Porto Alegre. Meu envolvimento com a Cardiologia começou quando estava no terceiro ano da faculdade. Na época, o principal centro da especialidade estava no México, e para lá se dirigiam médicos do mundo inteiro, desejosos de aprimorar seus conhecimentos na especialidade. Naquele período, também médicos brasileiros do Rio Grande do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro foram ao Instituto de Cardiologia do México, o principal centro, em busca de aprimoramento. Rubem Rodrigues, meu professor acabara de lá voltar e foi durante sua aula de eletrocardiografia, quando nos explicava os últimos avanços deste recurso diagnóstico, que identifiquei quais seriam meus próximos passos na vida profissional, estudar Cardiologia.

Com esta finalidade vim para São Paulo, que ponteeava a especialidade no País, e iniciei minha residência. O Instituto de Cardiologia do Estado, atual Instituto Dante Pazzanese de Cardiologia, excelente centro cardiológico, criara alguns anos antes a primeira residência médica na especialidade. Dr. Dante Pazzanese, pioneiro brasileiro em eletrocardiografia e fundador da Sociedade Brasileira de Cardiologia, dirigia o local por mim escolhido. Esta residência impulsionou meu aprendizado e confirmou minha paixão pela especialidade. Foi um período muito enriquecedor na minha carreira profissional.

Meu projeto inicial era retomar ao Sul para trabalhar num centro em formação, a Fundação Universitária de Cardiologia, embrião de um importante centro que viria a se tornar. Entretanto, recebi um convite para dar continuidade ao trabalho que vinha executando e, de residente, tornar-me médico concursado do Instituto. Tomei minha decisão e aceitei. Desde então, permaneci em São Paulo e, hoje, me considero um "paulucho", mistura de gaúcho por nascimento e paulista por adoção. Afinal, vivi mais da metade da minha vida nesta cidade, que tão bem me acolheu e onde tive a oportunidade de me realizar como Cardiologista.

No Instituto Dante Pazzanese, ocupei diversos cargos – fui médico residente, médico, criador e responsável pela sua primeira unidade coronária, diretor clínico e, finalmente, diretor geral. Lá também presidi a Fundação Adib Jatene, órgão auxiliar do Dante. Nesse período, fui presidente da Sociedade de Cardiologia do Estado de São Paulo; participei do Conselho da Universidade de São Paulo como representante das instituições afiliadas; e por concurso, fui titulado como Professor Livre-Docente da Faculdade de Medicina da USP. Cargos esses que me deram maturidade e me permitiram contribuir com avanços na área da cardiologia, além da troca de experiências com grandes profissionais da área.

Em 2013, ao me aposentar no serviço público, passei a me dedicar intensivamente ao Hospital do Coração – HCor, primeiro hospital filantrópico brasileiro voltado exclusivamente às doenças do coração. Lá já trabalhava em tempo parcial a convite do Dr. Adib Jatene desde 1978, ano em que o hospital iniciou suas atividades.

Ao longo de minha carreira, sempre valorizei a busca e a troca de informações, tanto no ensino quanto na pesquisa. O contato do médico com os residentes, por exemplo, é sempre muito enriquecedor, pois somos desafiados diariamente por jovens sequeiros em aprender, porém, muitas vezes, contestadores, discutindo as últimas informações, que, muitas vezes, chegam rapidamente em seus smartphones. Isso nos motiva ainda mais, devido aos avanços tecnológicos e a rapidez das informações. Os estudos de um médico nunca terminam e sempre podemos aprender mesmo com os mais jovens. Considero muito estimulante esta complementação entre maturidade e experiência e inquietude e juventude.

Na pesquisa, tive a oportunidade de coordenar os primeiros estudos multicêntricos internacionais da especialidade realizados em nosso meio. Contribuímos na formação dos primeiros centros investigadores que aqui se estabeleceram e hoje se igualam aos melhores do mundo. Graças ao esforço de todos os nossos pesqui-

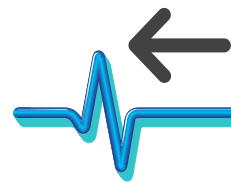
O cardiologista tem a responsabilidade de se manter atualizado para bem cuidar dos seus pacientes, assim como educar a nossa população sobre os chamados fatores de risco.



Dr. Leopoldo Soares Piegas

sadores, o Brasil hoje também lidera pesquisas internacionais, antes criadas no estrangeiro, mas hoje geradas no País – nos tomamos também referência.

Como é sabido, ainda hoje a principal causa de morte na população brasileira são as doenças cardiovasculares. As estatísticas mostram que as doenças do coração são responsáveis por 30% dos óbitos que ocorrem no País, ou seja, a cada três ou quatro óbitos, um a elas está relacionado. Por isso, o cardiologista tem a responsabilidade de se manter atualizado para bem cuidar dos seus pacientes, assim como e, sobretudo, educar a nossa população sobre os chamados fatores de risco. A sociedade precisa ser constantemente informada sobre os riscos dos maus hábitos de vida (sedentarismo, obesidade, tabagismo e estresse, entre outros), que devem ser evitados, e o controle rigoroso do colesterol, pressão arterial e diabetes quando alterados ou presentes. Para se ter ideia da importância



destes controles, se conseguíssemos abolir o fumo no Brasil reduziríamos em 30% o número de infartos anuais e evitaríamos cerca de 100 mil óbitos por ano. Medicamento nenhum existente tem este poder.

Para darmos o melhor aos nossos pacientes, devemos além de assisti-los, continuar estudando, pois na velocidade atual dos conhecimentos, a cada cinco anos são introduzidas inovações nas áreas diagnóstica e terapêutica, quer por novas técnicas, medicamentos ou procedimentos.

Quando me formei, não existiam laboratórios farmacêuticos nacionais, eram todos estrangeiros. A indústria farmacêutica brasileira começou a se desenvolver a partir dos anos 1980. Desde então, muitos surgiram, entre eles, a Biolab Farmacêutica. Vejo esta empresa em posição de destaque, principalmente na área cardiológica com a produção de medicamentos,

alguns derivados da pesquisa nacional. É um laboratório genuinamente brasileiro, com grandes investimentos e produção. O que chama mais minha atenção, além dos produtos de qualidade, é a sua área de pesquisa, que tem grande potencial de crescimento. Como exemplo, cito o seu Centro de Pesquisas no Canadá, primeira empresa brasileira a ter esta conquista. Não conheço outra indústria farmacêutica brasileira com uma base para pesquisas num país desenvolvido e gerador de inovações como o Canadá.

Temos de lembrar ainda que há uma possibilidade enorme de tratamentos a serem desenvolvidos com pesquisa brasileira. Temos fauna e flora gigantescas, inexploradas até o momento. Isso, certamente, no futuro, gerará novos medicamentos.

A Cardiologia é uma especialidade bonita e com grande retorno de satisfação profissional.

Lidamos diariamente com a vida e muito de perto com a morte, mas assim como não é fácil para nós médicos, tampouco o é para os pacientes e seus familiares. Por isso, nesta data tão especial, que é o dia em que se homenageia o Cardiologista, devemos ter presente que além de ministrar o melhor tratamento e orientação adequada, não devemos nos esquecer do lado humano, estabelecendo sempre uma relação muito próxima, levando conforto aos nossos pacientes. É nosso papel mantê-los com esperança e incentivar sua adesão ao tratamento e melhora nos seus hábitos de vida. Nesta data, temos de comemorar a evolução extraordinária da especialidade, que nos permite executar com maior eficiência nossas atividades.



Parabéns a todos os meus colegas cardiologistas!

.....
**Dr. Leopoldo Soares Piegas é Médico
Cardiologista, Pesquisador do Hospital do
Coração – HCor, responsável pelo Programa
Clínico de IAM e Professor Livre-docente pela
Faculdade de Medicina da USP.**

S.C. Capelli

Homenagem A você, cardiologista, o nosso muito obrigado

Todos nós temos uma missão. A dos Cardiologistas é cuidar não só do coração, mas também é uma profissão marcada pela dificuldade de lidar com o bem mais valioso que temos, a vida.

Presente em momentos marcantes e decisivos, a atitude certa, na hora certa, salva vidas e pode proporcionar uma melhor qualidade de vida. Com isso, esses profissionais ultrapassam as barreiras do jaleco e assumem o papel de amigo dos pacientes e seus familiares.

Nós temos o compromisso de nos dedicar para oferecer os melhores medicamentos e contribuir na evolução dos tratamentos. A Biolab tem a Cardiologia em seu DNA, e os Cardiologistas como companheiros nessa jornada em busca da saúde para todos. Nessa parceria, o coração é o grande beneficiado. Por isso, queremos mantê-la e cultivá-la dia após dia.

Cardiologistas, parabéns pelo seu dia! Para nós, da Biolab, é uma grande honra chamá-los de parceiros. 



.....
**S.C. Capelli é Vice-Presidente Comercial da
Biolab Farmacêutica.**



O nobre trabalho dos cardiologistas dos Hospitais Barra D'Or e CopaStar

O cardiologista é o médico que cuida de um dos principais órgãos do corpo humano: o coração. Mas para exercer essa nobre profissão, assim como todo profissional de medicina, o cardiologista precisa se manter atualizado constantemente, e isso significa nunca deixar de estudar e se aprimorar.

O fato é que a maioria possui mais de um emprego e rotinas desgastantes, o que impacta as horas de estudo e pesquisa. Mesmo assim, é uma das especialidades que mais disseminam conhecimento, seja para a população leiga ou para os médicos.

Graças ao trabalho dos cardiologistas e das entidades representativas, a saúde do brasileiro tem mudado. Apesar das mortes por doenças cardiovasculares ainda fazerem muitas vítimas no Brasil, o País conseguiu avanços significativos, como a redução do número de AVCs e maior conscientização das pessoas em relação à importância do controle de males, como hipertensão e diabetes. As campanhas das entidades, assim como a atuação dos cardiologistas, seja nos consultórios, clínicas e hospitais, têm contribuído, dia após dia, para a promoção da saúde do coração.

Os desafios são ainda enormes no Brasil, uma nação em que a Saúde acaba sendo sempre preterida nas políticas públicas, com redução de recursos que prejudica a assistência à população. De qualquer forma, a medicina é um compromisso assumido por profissionais que se dispõem a salvar vidas. Os cardiologistas, mesmo com todas as dificuldades do País, continuam fazendo, e muito bem, a sua parte para cuidar do coração de todos nós brasileiros.

Nesta edição comemorativa do Dia do Cardiologista, preparamos uma reportagem especial com os Hospitais Barra D'Or e

CopaStar, ambos no Rio de Janeiro, cujos serviços de cardiologia são referências. É uma forma de mostrar um pouco do trabalho desses médicos e homenagear essa categoria tão importante. Confira.

Barra D'Or Uma referência nos cuidados com o coração

O Hospital Barra D'Or, primeiro Hospital da Rede D'Or São Luiz, foi inaugurado no Rio de Janeiro, em março de 1998, tendo o seu serviço de cardiologia como um dos diferenciais.

O serviço de cardiologia funciona 24h, proporcionando atendimento de alta qualidade, desde a emergência até internação em quarto ou unidade cardio-intensiva. "Esta unidade é especializada em atendimento de pacientes de alta complexidade, possuindo 12 leitos altamente equipados e seis leitos de unidade semi-intensiva cardiológica para pacientes de menor complexidade, mas que precisam ser continuamente monitorizados. Os pacientes são tratados de acordo com protocolos internacionais", revela Dr. Plínio Resende, Diretor Médico do Hospital Barra D'Or.

Conforme informou o médico, o corpo clínico é composto de profissionais com grande qualificação, todos com título de especialista pela Sociedade Brasileira de Cardiologia e vários profissionais com títulos de mestrado e doutorado. Aos cardiologistas que não pertencem ao corpo clínico do Hospital, o serviço ainda promove sessões clínicas semanais abertas, como forma de difundir e discutir as melhores práticas em cardiologia. Junto ao IDOR (Instituto de Pesquisa e Ensino da Rede D'Or São Luiz), eles participam de vários trabalhos multicêntricos nacionais e internacionais, com publicação em revistas de renome científico.

Nesta edição comemorativa do Dia do Cardiologista, preparamos uma reportagem especial com os Hospitais Barra D'Or e CopaStar, ambos no Rio de Janeiro, cujos serviços de cardiologia são referências no País.



Alinhados a metas internacionais

Tecnologia de ponta também é uma marca da Instituição. Segundo o diretor, o Barra D'Or dispõe de modernos recursos tecnológicos, como angiotomografia coronariana e aparelhos de ultrassonografia cardiológica com aquisição tridimensional. "Além disso, estamos substituindo o aparelho de ressonância por um aparelho de última geração, capaz de realizar ressonância cardíaca com grande precisão", discorre Resende.

Na área de Hemodinâmica, o Hospital conta também com um aparelho moderno, com capacidade de realização de cateterismo diagnóstico e terapêutico. Dessa forma, o paciente, ao dar entrada no Hospital com diagnóstico de infarto agudo do miocárdio, é prontamente tratado pela equipe de cardiologistas. "Estamos alinhados às metas internacionais para tratamento das patologias cardiovasculares. Dispomos de cirurgias cardíacas eletiva e de urgência para revascularização miocárdica e cirurgia valvar. Os resultados do Hospital Barra D'Or são comparados aos dos melhores centros nacionais e internacionais", destaca o diretor.



Formação médica

A formação do médico também é foco constante de atenção. Em cooperação com o IDOR (Instituto D'Or de Pesquisa e Ensino) que tem a Rede D'Or São Luiz como mantenedora, o Hospital tem programas de residência médica em cardiologia e estágio em terapia intensiva cardiológica para alunos dos últimos períodos da faculdade de medicina, mediante concurso. "Os nossos profissionais são treinados em programas de educação continuada em Suporte Avançado de Vida em Cardiologia/ACLS (Advanced Cardiovascular Life Support). Além disso, dispomos de um centro de estudos e de um escritório de qualidade que dão suporte ao trabalho dos profissionais do Hospital. A nossa equipe multiprofissional (enfermeiros, psicólogos, nutricionistas, fisioterapeutas e fonoaudiólogos) oferece um tratamento de qualidade e humanizado aos nossos pacientes", conta.

A excelência dos serviços do Hospital Barra D'Or é resultado de um trabalho constante na busca pelo aprimoramento. Como prova desse compromisso, recentemente, o Hospital conquistou dois selos de acreditação: um selo internacional (Acreditação Qmentum Internacional) na categoria Diamante, e um selo nacional de distinção em profilaxia de TEV (Tromboembolismo venoso) pelo IQG (Instituto Qualisa de Gestão), tendo sido selecionado e premiado como um dos melhores trabalhos científicos no congresso do CHEST, uma das maiores sociedades mundiais em terapia intensiva.

No ano de 2018, o Hospital Barra D'Or foi escolhido em uma pesquisa da revista *Veja* Rio como o Hospital mais amado pelos cariocas, um grande orgulho para a Rede D'Or São Luiz. "A nossa marca é a marca da Rede D'Or São Luiz: o cuidado centrado na segurança e bem-estar dos nossos pacientes, com um alto padrão de qualidade técnica aliada à tecnologia de ponta", orgulha-se Resende.



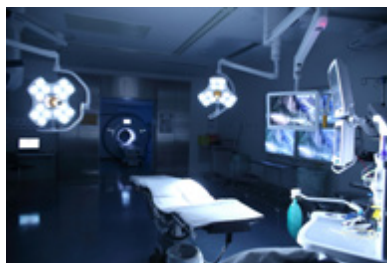
CopaStar

O estado da arte na assistência à saúde

O Hospital CopaStar foi inaugurado pela Rede D'Or São Luiz, em 2016, na Zona Sul do Rio de Janeiro, dentro de um novo conceito em unidade hospitalar que oferece estrutura de hotelaria de alto nível e equipamentos de última geração. Ocupando uma área construída de 21 mil m², sendo sete andares dedicados à assistência e espaços exclusivos, como o Estar de acompanhantes, o Hospital CopaStar consumiu investimentos da ordem de R\$ 400 milhões, sendo mais de R\$ 150 milhões na aquisição de equipamentos médicos.

Seguindo o conceito inovador em unidade hospitalar, o CopaStar tem a Divisão de Cardiologia como um de seus destaques. Para essa especialidade, o Hospital possui uma unidade de 16 leitos, dedicada ao atendimento dos pacientes cardiológicos críticos, além de Emergência com especialista 24h e todo um parque tecnológico para investigação e intervenção nas doenças cardiovasculares. Possui ainda linha de cuidado com gerenciamento de protocolos assistenciais em cardiologia, levando gerenciamento de dados ao Instituto D'Or de Pesquisa e Ensino (IDOR), que tem a Rede D'Or São Luiz como mantenedora.

"O Hospital dispõe também de leitos especializados, permitindo, por exemplo, em pacientes oncológicos, durante a realização de quimioterapia, a monitorização do indivíduo em estrutura apropriada para o atendimento de possíveis complicações cardiológicas decorrentes do tratamento", descreve Dr. João Pantoja, Diretor Executivo do Hospital CopaStar.



Inovações

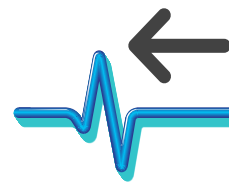
Quanto às inovações, o CopaStar está alinhando às mais avançadas tecnologias nessa especialidade. O Setor de Hemodinâmica, por exemplo, abriga duas máquinas de Hemodinâmica de última geração, incluindo OCT, FFR e IVUS, o que traz um grande diferencial no diagnóstico das síndromes coronarianas agudas.

Além disso, a cintilografia ultramoderna permite realizar perfusão miocárdica com todas as modalidades de estresse (farmacológico, esforço ou combinados), assim como auxilia na análise de ressincronização miocárdica e score de cálcio no mesmo exame sem aumentar o tempo e a quantidade de radiação.

"Um grande diferencial está na sala de emergência, onde é possível fazer a análise da perfusão miocárdica na dor torácica aguda e avaliação anatômica com a angiotomografia, permitindo um diagnóstico rápido e liberação de pacientes com segurança e rapidez. Outra inovação não só na cidade, mas na América Latina, é o SPECT-CT de última geração com CT de 16 canais, possibilitando excelente acurácia diagnóstica e corrigindo atenuações especialmente em obesos, fusão de imagens e aquisições ultrarrápidas em somente em quatro minutos com menor dose de radiação", acrescenta Dra. Jaqueline Miranda, Coordenadora do Serviço de Cardiologia do Hospital.

Ela também mencionou o avançado laboratório de Eletrofisiologia Cardíaca do Hospital CopaStar, que além de estar equipado com sistemas de mapeamento eletroanatômico (CARTO e ENSITE), que permitem o diagnóstico de circuitos arritmicos complexos e seu tratamento por ablação por radiofrequência, dispõe também de equipamento de criablação.

"Esta tecnologia tem se mostrado muito eficaz no tratamento de pacientes com fibrilação atrial e a primeira escolha no tratamento de pacientes com alguns tipos especiais de vias acessórias. Pensado para oferecer o máximo em radioproteção, o laboratório conta com o exclusivo sistema ZEROGRAVITY, único no Brasil, que proporciona total liberdade de



movimentos ao médico, associado a conforto e expressiva diminuição da exposição profissional aos raios X", complementa.

Conforto e qualidade

Na investigação não invasiva das arritmias cardíacas e dos quadros de síncope, o setor de arritmia conta também com gravadores para realização do exame de eletrocardiografia ambulatorial 24 horas (Holter) com tecnologia digital e dimensões mínimas, assegurando conforto e qualidade aos pacientes, monitores de eventos cardíacos e teste de inclinação (tilt test).

O CopaStar está estruturado para realizar todos os procedimentos convencionais relacionados à cirurgia cardíaca, como revascularização do miocárdio, cirurgias valvulares e de Aorta. Com isso, é referência em procedimentos de alta complexidade, como as cirurgias minimamente invasivas, procedimentos por cateter para a válvulas Aórtica (TAVI) e Mitral (MitraClip), chegando até aos procedimentos de ultracomplexidade como implante de coração artificial e transplante cardíaco.

Cirurgia Robótica

O Centro Cirúrgico do Hospital CopaStar possui um andar exclusivo para procedimentos de maior complexidade, estando os procedimentos cardiológicos entre os principais. O Hospital conta com uma moderna Sala Híbrida, capaz de realizar diversos procedimentos simultâneos com realização de exames de imagem durante o ato cirúrgico. Conta também com uma Sala cirúrgica robótica, com o robô Da Vinci de última geração, habilitado a realizar procedimentos minimamente invasivos, tanto em cirurgia cardíaca quanto em outras especialidades.

O serviço de cirurgia robótica visa oferecer mais precisão para a equipe médica, resolutividade e segurança ao paciente, além de promover melhor visão e amplitude de movimentos, como se fosse uma extensão do cirurgião. Já é comprovado que a cirurgia robótica traz inúmeros benefícios aos pacientes, entre os mais relevantes são: redução do tempo de



Maurício Bazilio



hospitalização; recuperação e retorno mais rápido às atividades normais; redução de dor e complicações no período pós-operatório; cortes menores e menor sangramento; menor risco de infecção hospitalar; redução na dose de medicamentos no pós-operatório

“Mais recentemente, foi incorporado à sala híbrida o Sistema de proteção radiologia Zero Gravity, exclusivo na América Latina, garantindo ao operador proteção à radiação”, destaca Pantoja

Atualmente, atuam CopaStar 60 cardiologistas, responsáveis por cerca de 200 atendimentos/mês. Com o objetivo de contribuir para a redução de doenças do coração no País, o Hospital também atua na promoção à saúde. Atualmente, a Instituição possui um Centro de Estudos usado para disseminar ideias e conhecimentos junto aos profissionais de saúde, realizando sessões clínicas e científicas.

Na verdade, o Hospital tem enorme preocupação com a formação médica e vem avançando no sentido de desenvolver programas de estágios para estudantes e residências médicas aos jovens profissionais formados, em conjunto com IDOR e aos outros hospitais da Rede D’Or São Luiz.

“A unidade já foi aberta em estado da arte, com alta tecnologia, hotelaria de luxo e equipamentos de última geração. A realização do primeiro transplante cardíaco da Instituição, com apenas seis meses de abertura do Hospital, além de implante de coração artificial também nessa ocasião, comprova a excelência da Cardiologia da Rede D’Or São Luiz, mesmo em uma estrutura recém-inaugurada”, pontua Pantoja.

Maurício Bazilio





Marcelo Gonçalves, da Daiichi Sankyo

Os desafios à frente de uma empresa que quer avançar no País

Na Daiichi Sankyo, Marcelo Gonçalves tem como desafio conduzir a empresa dentro de uma estratégia global, que tem o Brasil como mercado chave na América Latina.

Com uma carreira bem-sucedida na indústria farmacêutica, Marcelo Gonçalves assumiu, em abril de 2018, a presidência da DaiichiSankyo no Brasil, uma empresa de forte presença na área da cardiologia, atuando também na psiquiatria, clínica geral, cirurgia vascular e ortopedia.

Marcelo Gonçalves iniciou sua trajetória como propagandista, experiência que o ajudou a construir uma base sólida de carreira. À frente da DaiichiSankyo, ele tem o desafio de conduzir a empresa dentro de uma estratégia global, em que o Brasil é o mercado chave da América Latina.

Um dos objetivos é ampliar sua presença em segmentos como a área de sistema nervoso central, na qual a DaiichiSankyo fez um importante lançamento: o Latuda (cloridrato de lurasidona) para tratamento da esquizofrenia e depressão associadas ao Transtorno Bipolar. Além disso, a empresa deverá anunciar, no segundo semestre de 2018, o lançamento do Lixiana (edoxabana), um anticoagulante oral, que reforça seu portfólio na cardiologia.

Paralelamente, o laboratório se prepara para avançar na área oncológica, e até 2025, a DaiichiSankyo quer ser reconhecida como uma indústria farmacêutica inovadora no tratamento do câncer. Além disso, o mercado brasileiro está nos planos da companhia e deve receber uma nova unidade de negócios oncológicos até 2020.

Nesta entrevista exclusiva à Revista UPpharma, Marcelo Gonçalves comenta os desafios e revela como pretende conduzir a empresa nos próximos anos.

Revista UPpharma – Antes de abordar sua trajetória na DaiichiSankyo, conte-nos um pouco de sua formação e sua carreira na indústria farmacêutica.

Marcelo Gonçalves – Sou formado em Administração de Empresas, com especialização em Marketing e MBA em Gestão Empresarial. Durante a faculdade, tive a oportunidade de trabalhar na área de auditoria contábil na KPMG, onde permaneci por três anos.

Após esse período, mais precisamente em 1994, surgiu a primeira oportunidade na indústria farmacêutica, quando fui contratado pelo Aché para o cargo de propagandista. Fui me projetando na área de vendas, o que foi fundamental para minha carreira. Passei pela gerência distrital e, em seguida, gerência regional, onde atuei em diferentes regiões do Brasil.

Em 2005, fui transferido para a área de produtividade da Força de Vendas. Com essa mudança, tive a possibilidade de ampliar meu conhecimento sobre as auditorias do mercado, dando apoio aos processos dos gestores da Força de Vendas e trabalhando com maior proximidade dos gestores da área de Marketing. Um tempo depois, assumi uma gerência de produto, até ser efetivado como gerente de marketing, cargo que exerci até 2009.

Nesse mesmo ano, tive um novo desafio, para assumir a área de projetos estratégicos, reportando-me diretamente ao presidente. O objetivo era desenvolver projetos e processos que contribuíssem com as demais áreas de negócios da empresa. Permaneci nessa função até 2011, quando surgiu uma nova oportunidade, desta vez, na DaiichiSankyo.



Marcelo Gonçalves



Como foi sua vinda para a DaiichiSankyo e quando surgiu a oportunidade para assumir a presidência do laboratório?

Eu já conhecia o Eloi [Bosio], que tinha sido presidente do Aché. Em 2011, ele já estava à frente da DaiichiSankyo e me chamou para conhecer um projeto bastante audacioso, que deveria nortear os rumos da empresa nos próximos dez anos.



A proposta era implantar um modelo híbrido de negócios, que permitiria ao laboratório ter um portfólio mais amplo, com produtos de referência e similares.

Era um projeto muito interessante, pois vi uma oportunidade de atuar em uma companhia multinacional, o que me possibilitaria a interação com outros mercados e com uma cultura totalmente diferente, no caso, a japonesa.

Aceitei o convite e assumi, inicialmente, a área de Vendas, Demanda e Treinamento, atuando ainda no Comitê Executivo. Em 2013, após uma reorganização na estrutura da diretoria, quando foi criada a diretoria de Novos Negócios, assumi também a área de Marketing e Eventos.

Em meados de 2016, teve início um processo sucessório interno a fim de se definir entre os candidatos um novo executivo para assumir o cargo de presidente. Esse processo contou com a área de RH e executivos que já atuavam na companhia. Desde o início foram priorizados os talentos internos, o que é uma característica muito interessante da DaiichiSankyo, que visa manter a continuidade da cultura que tem permeado o nosso ambiente de trabalho.

Em março de 2018, o Eloi decidiu se afastar da Presidência, mantendo-se somente no Conselho de Administração da empresa. Em abril, assumi a nova função e, desde então, tenho a missão de conduzir a companhia na implementação dos projetos que estão previstos para os próximos anos.

Na sua percepção, quais são os grandes desafios de um cargo tão importante e quais serão as marcas de sua gestão?

Sem dúvida, ser presidente de uma empresa como a DaiichiSankyo é muito gratificante e desafiador. Contudo, meu principal objetivo é aprimorar o conhecimento em áreas que estavam distantes da minha rotina. Outra grande meta é contribuir para o sucesso de nossas estratégias no Brasil. Uma delas é o lançamento de dois produtos inovadores. Ambos terão uma representatividade muito grande nas vendas futuras no Brasil. São produtos que colocarão a companhia em outro patamar.

Um deles é o Latuda (cloridrato de lurasidona), voltado à área de sistema nervoso central, além do Lixiana (edoxabana), um novo anticoagulante oral, que será promovido junto à cardiologia. Latuda já foi lançado para a classe médica em maio último, enquanto que Lixiana deve ser apresentado ao mercado nesse segundo semestre.

Também estou empenhado em implementar um programa de qualidade total, que visa provocar uma mudança na forma como os gestores percebem cada processo e investimento, a fim de otimizarmos todos os nossos recursos.

Quais foram seus primeiros passos para conhecer melhor as responsabilidades da nova função?

Inicialmente, busquei mapear as expectativas de cada diretor, bem como identificar os projetos prioritários para o novo ano fiscal, a fim de oferecer o suporte adequado a cada projeto. O fato é que 2018 é um ano muito importante devido os lançamentos previstos.

É preciso garantir que tudo o que foi planejado seja implementado com excelência, a fim de atingirmos os objetivos propostos.

Minha nova rotina inclui reuniões individuais periódicas com os gestores de todas as áreas, para garantirmos não apenas o correto alinhamento, como também o aproveitamento das oportunidades identificadas por eles.

Como tem sido a trajetória da DaiichiSankyo no Brasil e quais os planos para os próximos anos?

A DaiichiSankyo surgiu da fusão de duas grandes empresas japonesas, ocorrida em 2005. No Brasil, como DaiichiSankyo, a operação começou em 2006, mas já atuávamos no País desde 1990, como Sankyo, a partir da aquisição do laboratório Luitpold-Werke.

Ao longo dos anos, a então Sankyo Pharma anunciou importantes lançamentos como o Mevalotin® (pravastatina sódica) e o Loxonin® (loxoprofeno sódico). Nessa época, a companhia decidiu direcionar seus esforços, principalmente, para a área de cardiologia, lançando em 2004, um produto estratégico global para o tratamento da hipertensão, comercializado no Brasil com a marca Benicar® (olmesartana medoxomila).

Em 2005, lançou o Benicar® HCT (olmesartana medoxomila hidroclorotiazida), até que em 2006, após a fusão, o Brasil se torna um polo de exportação dos produtos para toda a América Latina. Com o tempo, a estratégia foi bastante acertada, pois o laboratório se especializou na área da cardiologia, sendo hoje reconhecido como uma empresa ética, inovadora e com um portfólio de qualidade.

Tudo isso nos trouxe respaldo e saúde financeira para transformarmos novamente a empresa. Em 2011, fizemos uma reestruturação e relançamos o Loxonin no mercado, direcionando a promoção para os ortopedistas. Em 2012, tivemos outro marco, a partir de um reposicionamento do preço do Benicar. Tal decisão era necessária diante do atual modelo de negócios adotado pela empresa no País. Alteramos o preço antes da chegada do genérico nessa classe, o que melhorou o acesso da população ao medicamento.

Dando continuidade a essas estratégias, em 2013, implementamos o modelo híbrido de negócios com o lançamento de novos produtos similares. Paralelamente a isso, a DaiichiSankyo estabeleceu parcerias com diferentes laboratórios que atuam no País. Hoje, temos licenciamentos de produtos da Ferring e da Herbarium. Com a criação da lei dos medicamentos clones, também estabelecemos acordos com o Aché e a Farmoquímica, o que permitiu fortalecermos nossa presença nas especialidades em que atuávamos.



Atualmente, temos um portfólio com 12 produtos que atendem às necessidades de médicos das áreas de cardiologia, clínica geral, cirurgia vascular, psiquiatria e ortopedia. O lançamento do Latuda, que é um produto inédito no Brasil, destinado ao tratamento da esquizofrenia e depressão associadas ao Transtorno Bipolar, é mais uma opção ao psiquiatra, apresentando menores efeitos colaterais e pouco ganho de peso.

Qual a estrutura da empresa hoje no Brasil?

Temos uma fábrica em Barueri (SP), onde produzimos localmente e exportamos para países da América do Sul e América Central. No ano fiscal 2017/2018, a DaiichiSankyo Brasil realizou exportações para Guatemala, México, Panamá, Argentina, Colômbia, Equador, Costa Rica, Bolívia, República Dominicana, El Salvador, Honduras e Nicarágua. Mantemos ainda o escritório administrativo em São Paulo e contamos com uma Força de Vendas que atua em todo Brasil, composta por 155 representantes.

O ano de 2018, apesar de dar sinais de retomada econômica, não tem sido o que se esperava, pelo menos para alguns setores. Como está o desempenho da DaiichiSankyo neste ano?

Percebemos uma pequena melhora do sentimento de compra da população que se traduz, no nosso caso, com uma reversão da queda de venda de alguns produtos isentos de prescrição. Em relação ao ano anterior, tivemos um crescimento acumulado de 16%. Portanto, a projeção para os próximos meses é otimista.

Por outro lado, o câmbio instável e a carga tributária são fatores que afetam a rentabilidade das empresas e comprometem a competitividade. Esse cenário não contribui com nossas negociações com a casa matriz em relação a novos e maiores investimentos, exigindo que persigamos uma maior produtividade, a fim de viabilizarmos todos os projetos previstos.

Qual foi o faturamento da empresa no último ano e quais as expectativas de crescimento da empresa no Brasil para os próximos meses?

No ano fiscal 2017, tivemos uma receita bruta de R\$ 332.3 milhões no Brasil. O País é um mercado estratégico para a companhia, apesar da recessão. Embora represente apenas 2% da receita global da empresa, o Brasil é importante por garantir acesso ao mercado latino-americano. Em 2011, transformamos nossa fábrica em um centro de produção para a América Latina, podendo ser utilizada para atender novos mercados internacionais no futuro.

Em termos de estratégia global, o objetivo é transformar a DaiichiSankyo em referência na área de oncologia até 2025. O

Brasil está na rota dessa mudança.

A operação brasileira deverá contar com uma nova unidade de negócios de oncologia até 2020. Atualmente, já existem vários estudos nessa área e projetos em Fase 2 e Fase 3. A intenção é priorizar medicamentos inovadores com foco em oncologia. A empresa quer criar um portfólio robusto nessa área. A DaiichiSankyo pretende investir quase US\$ 5 bilhões nos próximos anos nesse mercado. Ainda faz parte da estratégia global observar oportunidades locais, e estudamos novas parcerias, que serão anunciadas em um futuro próximo, as quais vão permitir que complementemos nosso portfólio de produtos.

Enquanto executivo do mercado farmacêutico, como você vê a DaiichiSankyo atualmente?

A DaiichiSankyo é uma empresa de grandes oportunidades, que, além do desenvolvimento de produtos inovadores, tem foco em práticas voltadas à sustentabilidade, responsabilidade social e diversidade. Somos uma empresa que atua em linha com as melhores práticas globais na área de gestão.

Portanto, tenho orgulho de fazer parte dessa empresa moderna, que valoriza as pessoas, atua com ética e valores sólidos e se mantém em constante crescimento. Tenho em mãos uma grande responsabilidade e espero poder contribuir para que nossa operação se consolide cada vez mais no País.





Seus produtos em **destaque**
para o médico certo.

multi-channel digital marketing

Se o seu laboratório tem uma BU para alguma
destas especialidades, agende uma visita:
dpm@dpm.srv.br

- Cardio
- G.O.
- Derma
- Hospital / Dor

Marketing de conteúdo inteligente para mais de 70.000 médicos





Octávio Nunes

Quando se comunicar bem é um a questão de sobrevivência

A boa comunicação não permite subterfúgios, meias verdades, mas apenas objetividade. Quanto mais objetivo, melhor.

Se você nasceu de sete meses, começou a andar precocemente e a falar com entusiasmo logo nas primeiras horas de vida e, por conta disso, se acha um bom comunicador, alto lá. Ser esperto, prematuro, simpático e proativo nada tem a ver com os fundamentos da comunicação.

O bom comunicador também não é o que nasceu no tempo certo, mas aquele que sabe construir a comunicação com lógica, raciocínio, organização mental e, acima de tudo, com ideias claras, facilmente compreensíveis e decodificáveis.

Para muitos, se comunicar bem é um dom, uma dádiva, mas também pode ser uma habilidade a ser desenvolvida e aprimorada. Mesmo aqueles que têm o atributo da boa comunicação precisam se aperfeiçoar constantemente. Não importa a forma, seja falando, escrevendo, sinalizando. Qualquer coisa pode ser sinônimo de comunicação, mas sem uma mensagem consistente e adequada, não haverá comunicação alguma.

Ao ler os primeiros parágrafos deste artigo, você deve pensar em alguém que se acha um tipo de Silvio Santos, provavelmente, no seu chefe, que tem certeza de que se comunica bem, seja escrevendo, falando, mandando mensagens via WhatsApp etc. Como ele está numa posição privilegiada e você tem juízo, provavelmente, você reafirma isso sempre que questionado. É possível que seu chefe seja, de fato, uma sumidade na arte de se comunicar, mas, no geral, os chefes se comunicam pela imposição, de cima para baixo, com bases fincadas em princípios hierárquicos; e se você, por fazer parte da equipe dele, estimula isso, fazendo-o acreditar ser um comunicador exímio, isso pode ser um erro duplo que apenas prejudica a mensagem e o conteúdo da interlocução.

Indicar para o seu interlocutor eventuais falhas de comunicação, mesmo que de maneira sutil, pode ser uma forma de aperfeiçoamento, dele

e seu. Sinal de que você tem capacidade para identificar ruídos importantes na expressão, seja ela verbal, visual, corporal ou escrita. Mas aqui vai um lembrete: o fundamento da comunicação começa pelos ouvidos. Antes de expressar, o segredo é ouvir. Mais do que isso, é aprender a ouvir aquilo que não foi dito. Talvez este seja o estágio mais avançado do processo de desenvolvimento da comunicação.

Se você ainda continua pensando no seu chefe e na melhor maneira de compreender e ser compreendido, a senha é: seja franco. A boa comunicação não permite subterfúgios, meias verdades, mas apenas objetividade. Quanto mais objetivo, melhor. Dizia o poeta que escrever bem é cortar palavras. Cuidado apenas para não cortar as palavras à metade como duas partes de uma laranja. Você estará contribuindo para o insucesso da comunicação. Atente para outro fato importante: no mundo corporativo comunicar com eficiência é ter domínio de uma ferramenta essencial e indispensável.

Falando nisso, além do seu chefe, como você se comunica com seus filhos, amigos, com aqueles colegas de trabalho, tão mortais quanto você? Com eficiência? Com clareza? São questionamentos que devemos fazer a nós mesmos com frequência. Mas se você realmente quer sobreviver ao complexo mundo das interações pessoais, pare apenas um minuto para fazer uma pergunta cuja resposta costuma ter efeitos letais: como ando me comunicando com minha esposa?

Trata-se de uma excepcional referência. Assim como o seu chefe, ela tem poderes, manda, não admite deslizes, tolerância zero. Comunicar-se mal com a mulher pode ser um erro elementar, amador e fatal. Então, quando este que vos fala lhe diz que a habilidade de se comunicar bem pode ser desenvolvida, o melhor laboratório é a sua própria casa. Comece a fazer esse teste agora mesmo e suas chances de sobrevivência aumentarão significativamente. 

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



Yuri Trafane

Ligação Direta

O fato é que não há mais barreira que separe quem quer falar de quem quer ouvir.

Quando a internet surgiu – e lá se vai um bom tempo – uma das grandes previsões era de que ela seria um forte agente de desintermediação dos negócios. A profecia se concretizou. Lançando mão do e-commerce, muitas empresas passaram a vender diretamente aos seus consumidores, eliminando total, ou pelo menos parcialmente, os intermediários.

Mas o processo não ficou restrito à esfera das mercadorias. A desintermediação ampliou seus domínios ao reino da comunicação, criando condições para que as organizações, personalidades e autoridades falassem diretamente com quem lhes interessava.

A última Copa do Mundo foi um exemplo emblemático disso. E com números assustadores. Após cada jogo, Cristiano Ronaldo, por exemplo, se comunicava com os torcedores portugueses e todos os seus demais fãs, instantaneamente. Eram 320 milhões de pessoas que recebiam diretamente do ídolo informações e opiniões; que compartilhavam suas alegrias e tristezas em real time. Neymar, um pouco atrás, fez o mesmo com seus 192 milhões de seguidores. E muitos outros, com números menos galáticos, mas, ainda sim, bastante expressivos.

Estrelas de outras constelações também colecionam números astronômicos nas redes sociais. Cantores, atores e até mesmo pessoas comuns que, num exercício de metalinguagem, se transformaram em expoentes da internet por serem, simplesmente, expoentes da internet.

As antes todas poderosas emissoras e editoras não são mais, necessariamente, os canais que ligam entidades a seres humanos. Para ser um broadcaster ou publisher, basta querer. Ser bom ou grande é outra história. O fato é que não há mais barreira que separe quem quer falar de quem quer ouvir. Aqueles que se fazem suficientemente relevantes para um grupo suficientemente numeroso, usufruem da visibilidade e simpatia pública.

No universo empresarial, isso continua sendo verdade, ainda que com desafios adicionais. É claro que a disposição para seguir um craque do futebol é naturalmente maior do que aquela dirigida a um, digamos, analgésico ou antifúngico. Mas para aqueles dispostos a buscar assuntos relevantes para o consumidor e relacionados ao seu produto, sempre existem boas oportunidades.

Abundam exemplos de empresas que conseguiram se apropriar de temas e abordagens específicas e que têm feito disso seu ingresso para dialogar com multidões: de marcas de relógio, que transformam seus produtos em modelos fotográficos com um tom artístico, a empresas de cosméticos que construíram plataformas para discutir a evolução do espaço da mulher na sociedade.

O primeiro passo é se conscientizar que, querendo ou não, cada empresa é uma emissora e editora. Depois, é fundamental entender que para surfar essa onda é necessário ter uma prancha (alguns recursos digitais básicos) e estar disposto a tomar uns caldos. Afinal, só errando e aprendendo com os erros será possível incorporar essa nova competência tão importante para o êxito empresarial contemporâneo. 

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



Miguel Monzu

Protagonismo na vida e na carreira

Considerado personagem fundamental em obras literárias, o protagonista possui papel de destaque na trama, ou seja, é o ícone principal do enredo.

Quando perguntaram a Freud sobre o que ele achava que uma pessoa normal deveria ser capaz de fazer bem, ele respondeu: “Liebenundarbeiten” (amar e trabalhar). Com essas duas palavras, o psicanalista mostra que o trabalho nos dá um lugar no tecido social, pois transcende a necessidade de sobrevivência fazendo de nós agentes transformadores da sociedade na qual estamos inseridos.

Considerado personagem fundamental em obras literárias, o protagonista possui papel de destaque na trama, ou seja, é o ícone principal do enredo. Mas, no ambiente corporativo, o termo nos remete ao indivíduo que se destaca pelo seu determinismo, de maneira que situações conflituosas são facilmente resolvidas, pela sua confiança e atitudes que, geralmente, trazem à organização bons resultados.

Protagonismo e carreira estão imbricados, pois esses dois conceitos põem o sujeito no centro da “cena”. Se o primeiro está ligado ao “eu”, à existência de cada um, enquanto indivíduo dotado de sua singularidade, o segundo é construído a partir da biografia e história de vida de cada um também. Na sequência está o trabalho, que é uma instância privilegiada de inserção social, comparecendo de maneira decisiva no projeto de vida, na construção da subjetividade. Dessa forma, o trabalho adquire papel fundamental na carreira, de maneira a possibilitar o desenvolvimento de trajetórias e narrativas consistentes.

Para desempenhar o protagonismo, há de se levar em conta alguns aspectos que estão presentes no cotidiano, como atitude, disposição e entendimento, que fazem com que haja compreensão e sabedoria para saber exatamente aonde o indivíduo quer chegar; vislumbrar as oportunidades e reconhecê-las; e entusiasmo, contentamento e vontade, em razão da competitividade.

Seja o líder da sua vida e da sua carreira

As organizações são constituídas por pessoas com sentimentos e motivos racionais diferentes, sujeitos às forças do ambiente que influenciam a motivação, os relacionamentos e a liderança. Portanto, a liderança é necessária em todos os tipos de organização humana, principalmente, nas empresas e na vida.

Para o professor Chiavenato, a liderança torna-se um assunto que chama atenção, em razão de seu significado no mundo organizacional, que demanda líderes para uma boa condução das organizações e para o caminho do sucesso e competitividade—trazendo à liderança força, vigor e uma direção definida, sem ela a organização pode ficar sem direção.

Para que todos consigam liderar, tanto a vida quanto a carreira, seguem algumas dicas:

- Esteja atento e aceite que a adversidade é inevitável na vida;
- Construa os seus recursos internos assim como os externos com equilíbrio;
- Inspire-se e aprenda com os outros que têm que lidar quanto o sucesso e com a adversidade.
- Decida se você vai permitir que a sua experiência o deixe abaixo. Dependendo da forma como você interpreta a situação, veja se poderia olhá-la de outra forma; e
- Aquilo que não mata nem sempre faz você mais forte. Desculpe Nietzsche, mas não posso concordar integralmente com a afirmação: “o que não nos mata torna-nos mais fortes”, ela não é completamente realista. 

Referência:

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamento organizacional: A dinâmica do sucesso das organizações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

Miguel Monzu é Palestrante e Vice-Presidente & Sócio do Fesa Group, consultoria de executive search e de estratégia de capital humano. E-mail:fesa@fesa.com.br



Geraldo Monteiro

A importância da qualificação profissional como um diferencial competitivo

A qualificação profissional nos dias atuais é um diferencial fundamental no momento de buscar e se candidatar a uma oportunidade de trabalho. E quando falamos em qualificação, falamos em conhecimento. Em outras palavras, é aquele profissional que saberá o que fazer dentro da empresa, ou seja, deve chegar pronto e preparado para atuar diretamente na função para a qual foi contratado.

Para muitos profissionais, quando o assunto é qualificação, sempre aparecem argumentos como a falta de tempo em especial para estudar etc. Contudo, essa justificativa tem caído por terra há algum tempo, uma vez que com a facilidade da internet, é possível realizar diversos cursos, sem sair de casa, estudando na hora e quando você quiser, ou seja, se você administrar e gerenciar melhor seu tempo, é possível fazer com que sobre, digamos, algum tempo por dia para se dedicar a algum curso on-line.

Cursos técnicos, novos idiomas, cursos de aperfeiçoamento, pós-graduação, entre outros, e de qualificação hoje são imprescindíveis para aqueles que almejam sucesso profissional. Isso porque, concomitante a isso, as empresas estão cada vez mais exigentes e buscam profissionais que possam, efetivamente, fazer a diferença naquilo que fazem. Mostrando além da qualificação, comprometimento, espírito de equipe e de liderança, capacidade de inovar e empreender e ambição, ou seja, ser e fazer a diferença. Sendo este o perfil mais procurado pelas grandes empresas.

O chamado gargalo do emprego em muitos casos está na ausência de profissionais especializados de nível superior, como engenheiros e de trabalhadores com formação específica, para os quais a demanda pode ser atendida com a promoção de cursos de pequena duração, sem exigência de alto nível de escolaridade.

Hoje, estamos vivendo em uma sociedade que nos faz pensar o tempo todo, e o mercado de trabalho também não é diferente e está nos cobrando isso – Capacidade Analítica e de Raciocínio. Estamos em uma era em que precisamos exercitar, além dos músculos, também o cérebro. Estude, atualize-se, busque novos conhecimentos. Leia mais, pois ler é descobrir novos horizontes, é dar permissão à imaginação para criar, viajar sem sair do lugar. Ler é conhecer novas culturas, novas formas de ter opiniões sobre qualquer assunto, sem contar que aumenta seu vocabulário, e a leitura também nos permite ler e escrever melhor. É agregar conhecimentos e sabedoria. A leitura nos transforma em pessoas mais interessantes, cheias de conteúdos incessantes.

Ter conteúdo intelectual não é ser careta, fora de moda. Nos dias de hoje, conteúdo e conhecimento são fatores que nos ajudam a ganhar o pão de cada dia.

Cabe assim, aos profissionais de forma geral, buscarem se qualificar e ter seu diferencial competitivo, ficando ainda de olho nas novas tendências do mercado e se antecipando, a fim de que possam, dessa forma, terem chances reais de conquistarem o tão almejado emprego dos sonhos, e ainda mais importante, poderem continuar no emprego, isso porque o processo de qualificação e o desenvolvimento devem ser contínuos.

.....
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: geraldo.monteiro25@gmail.com

Varejo Farmacêutico

Ler é conhecer novas culturas, novas formas de ter opiniões sobre qualquer assunto, sem contar que aumenta seu vocabulário, e a leitura também nos permite ler e escrever melhor.



André Reis

Medicamento causa racismo?

Esse fato passou despercebido no Brasil, mas causou grande polêmica nos EUA, por envolver duas pessoas famosas, três empresas, sendo uma delas uma Farmacêutica, duas grandes comunidades americanas e um medicamento.

Tudo começou quando Roseanne Barr, 65 anos, uma atriz de TV famosa e estrela do programa semanal da rede ABC, no meio da madrugada de um dia de semana, utilizou o seu twitter para provocar Valerie Jarret, a ex-procuradora geral do governo Obama. Roseanne tem perfil conservador, é apoiadora do governo Trump e tem um passado polêmico, exatamente em função de posições políticas radicais e segregacionistas que assume. No post em questão, ela escreveu que Valerie Jarret poderia ser filha de um hipotético cruzamento entre a Irmandade Muçulmana e o Planeta dos Macacos (filme).

Embora o tuíte tenha sido rapidamente deletado pela autora, algumas pessoas o capturaram, o denunciaram e o dano na imagem da atriz estava feito. Já na manhã daquele dia, conforme o fato ia sendo divulgado, tanto a comunidade muçulmana, quanto a negra, se posicionaram fortemente contra a agressão gratuita e preconceituosa.

Roseanne se desculpou publicamente pela piada de mau gosto, mas, para seu infortúnio, a presidente de entretenimento da ABC, Channing Dungey, disse que aquele tuíte era inconsistente com os valores da empresa, ou seja, não aceitou o pedido de desculpas e demitiu sumariamente a atriz. Dungey também cancelou a exibição do programa e gravação de novos episódios, porque Roseanne era a atriz principal do mesmo. Como consequência, 200 outras pessoas ligadas ao elenco e à produção do programa também perderam o emprego naquele dia.

Com o escândalo armado e todas as atenções voltadas para Roseanne, ela tentou se justi-

ficar. Tuitou no dia seguinte, que o motivo pelo qual era escrevera aquilo fora porque tinha insônia e estava em uso do medicamento Ambien (tartarato de zolpidem), produzido pela Sanofi. No meio da noite, acordada, mas mentalmente confusa, devido ao efeito do medicamento, sentou-se no computador, redigiu e enviou o texto.

No outro dia, nova polêmica na mídia e redes sociais, aí já envolvendo psiquiatras, neurologistas e pacientes, comentando sobre as características e efeitos colaterais do Ambien. Como nos EUA é permitido fazer propaganda de medicamentos éticos na TV, provavelmente, muito mais pessoas conhecem Ambien, ou pelo menos já ouviram falar.

Em menos de 24 horas, depois dessas declaração da Roseanne, a Sanofi resolveu se manifestar. Na sua homepage, a empresa escreveu um comunicado para o público em geral: "Pessoas de todas as raças, religiões e nacionalidades trabalham na Sanofi diariamente para melhorar a vida das pessoas em todo o mundo. Embora todos os medicamentos tenham efeitos adversos, racismo não é conhecido como um dos efeitos colaterais dos medicamentos Sanofi." E assim foi encerrada a discussão sobre Ambien.

Recentemente, a ABC decidiu continuar o programa de Roseanne, com o mesmo elenco, no mesmo horário, mas sem a protagonista e com outro nome. Em muitos casos, o uso de medicamentos psicotrópicos é controverso e pode causar dependência e outros efeitos adversos. Pelo menos uma coisa é certa, medicamento nenhum causa ataque de racismo. 

Em muitos casos, o uso de drogas psicotrópicas pode causar dependência e outros efeitos adversos. Mas medicamento nenhum causa ataque de racismo.

.....
André Reis é Sócio-diretor da REPFARMA.
E-mail: andre@repfarma.com



Valorize sua marca nos seus clientes!

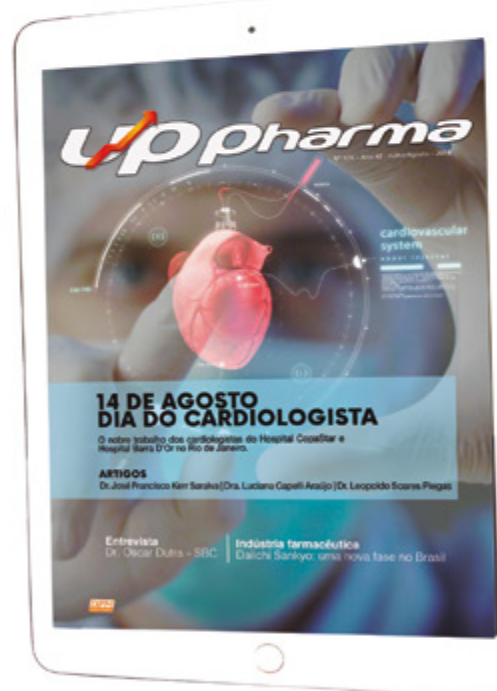
Você realmente quer vender mais?



IMPRESSA

As empresas com foco
na indústria farmacêutica
estão presentes na

UPpharma



DIGITAL

A única mídia dedicada à indústria farmacêutica

DPM
EDITORA

Tels.: (11) 553359-00 / (11) 98787-4080 - dpm@dpm.srv.br



Varizes

Um problema de saúde que pode trazer graves complicações

As varizes podem surgir em qualquer idade e podem trazer complicações, como trombose ou úlceras abertas. Mas existem tratamentos eficazes no Brasil, inclusive medicamentos.

Poucas pessoas sabem, mas as varizes podem surgir em qualquer idade, até mesmo na adolescência, e são um problema de saúde que pode trazer complicações, como trombose ou úlceras abertas. Na maioria das vezes, as maiores queixas estão relacionadas ao aspecto estético, causando constrangimentos em homens e mulheres, mas o fato é que as varizes podem causar, sim, até internações.

Em geral, é um problema que começa timidamente e, por isso, é negligenciado pelos pacientes, que, com o tempo, sentem dificuldades para dormir devido às dores nas pernas. Sem contar as sensações indesejáveis, como peso nas pernas, câimbras, parestesia e edema.

Estimativas apontam que 70% dos adultos possuem varizes, sendo uma doença mais prevalente em mulheres, atingindo 8 em cada 10. Em geral, a incidência de varizes é maior em quem tem histórico familiar e vida sedentária, além de pressão alta, obesidade e que passam longos períodos em pé.

Dados do Ministério da Saúde, coletados no Brasil no período de setembro de 2016 a agosto de 2017, mostram que 73.720 pessoas foram internadas por causa de varizes, dos quais 17.700 eram homens e 56.020 mulheres (fonte: Sistema de Informações Hospitalares do SUS – SIH/SUS).

A boa notícia é que existem vários tratamentos eficazes para as varizes. Hoje, é possível contar com tecnologias e técnicas menos invasivas e medicamentos com a molécula Hidrosmína, que melhoram a circulação de sangue nas pernas, sintomas de dor, sensação de peso nas pernas e inchaço.

Para discorrer sobre o assunto, a Revista UPpharma entrevistou com exclusividade o Dr. Ivan Benaduce Casella, Doutor em Ciências pela FMUSP e Médico do Médico do HC-FMUSP, que fala de prevenção e técnicas para tratamento. Confira.

Revista UPpharma - O que são exatamente varizes?

Dr. Ivan Benaduce Casella - As varizes de membros inferiores são veias dilatadas e tortuosas nas pernas. Veias varicosas apresentam um fenômeno chamado refluxo, que é o fluxo do sangue em sentido invertido (descendo para os pés), ficando congestionado nos membros inferiores.

Quais as causas desse problema?

Existe o fator hereditário, ou seja, genético. Mas são mais frequentes em mulheres, em pacientes obesos e em determinadas profissões, que exigem posições de postura desfavorável (ficar em pé, com pouco movimento por longos períodos de tempo), como por exemplo, professores e seguranças.

Sabe-se que é um problema que atinge homens e mulheres, mas qual a proporção?

As varizes são mais predominantes em mulheres e, no Brasil, cerca de 30% a 40% de pessoas com mais de 40 anos têm varizes de membros inferiores em algum grau. As varizes já começam a aparecer no início da vida adulta. A velocidade de evolução e a intensidade dependem de diversos fatores.

Em mulheres, exercícios físicos em excesso e uso intenso de salto alto podem provocar varizes?



Dr. Ivan Benaduce Casella

Apenas exercícios físicos intensos relacionados à musculação podem provocar ou agravar a doença varicosa. A maioria dos exercícios físicos não está diretamente ligada ao aumento expressivo da doença. Quanto ao salto alto, o uso dele faz com que o caminhar da mulher saia do padrão normal, pois a mulher diminui o uso funcional da panturrilha na caminhada. A contração dos músculos da panturrilha é muito importante para ajudar o sangue a retornar da perna para o coração. Então, o salto quando muito utilizado atrapalha o retorno do sangue, podendo, eventualmente, ajudar na formação de varizes.

Como se percebe o problema? Quais os primeiros sintomas?

O diagnóstico de varizes é visual, ou seja, a pessoa já percebe as veias dilatadas e chega ao médico com a percepção do diagnóstico formado. A doença é confirmada com o exame físico e depois detalhada com exame de



ultrassom doppler, que dará informações além da percepção do exame físico do médico. Os sintomas mais frequentes são edema (inchaço), dores nas pernas, sensação de cansaço no final do dia e câimbras.

É um problema que evolui para doenças mais graves, podendo, por exemplo, provocar trombose ou outras complicações que impliquem internações? Quais as consequências dessa doença?

Portadores de varizes apresentam chance ligeiramente aumentada de apresentar trombose venosa, mas a principal complicação das varizes é a flebite (inflamação das veias superficiais da perna) e em situação extrema, a úlcera varicosa, uma ferida próxima ao tornozelo, de difícil cicatrização.

Como prevenir? Como evitar que elas surjam?

Atitudes como controle do peso, exercícios físicos moderados e evitar ficar em pé e parado por longos períodos ajudam na prevenção da doença varicosa. Mas é preciso esclarecer que certas pessoas apresentam uma forte propensão de caráter hereditário a desenvolver a doença varicosa, mesmo com medidas preventivas.

O tratamento definitivo é a erradicação das veias varicosas. Isso se dá por meio da cirurgia convencional de varizes e outras técnicas semelhantes, como o uso da cirurgia pelo método de laser ou radiofrequência. Existe outra técnica, recentemente usada, que é o tratamento com espuma, que consiste na injeção de espuma dentro dessas veias, provocando a secagem, a esclerose dessas veias. Mas não existe a melhor técnica, cada paciente necessita de uma indicação individualizada.

Existem medicamentos que podem também ser adotados e são eficientes na prevenção ou no tratamento?

O tratamento medicamentoso das varizes é feito com o chamado flebotônico, que são medicações coadjuvantes para amenizar os sintomas da doença. Entre os mais usados estão os flavonoides, como por exemplo, a hidrosmina, uma medicação lançada recentemente no mercado com alta solubilidade e baixos efeitos colaterais.

Muitas pessoas dizem ter pequenos vasinhos nas pernas. Vasinhos e varizes são, basicamente, a mesma coisa?

Existe diferença entre varizes e vasinhos. Os “vasinhos” (telangiectasias) são veias muito finas e superficiais, com menos de 1 milímetro de espessura. O tratamento mais comum é a chamada escleroterapia, onde um líquido de alta concentração é injetado nos microvasinhos, provocando sua desidratação e fazendo-os “secar”.

O que se pode esperar no futuro em termos de tratamento/medicamentos para esse tipo de doença? Quais as tendências nessa área?

Para o futuro, cada vez mais as chamadas técnicas de cirurgia minimamente invasivas vão predominar, fazendo com que a cirurgia seja menos agressiva e aparente e com efeito melhor. O uso de flebotômicos também tem papel importante no controle dos sintomas da doença. As meias elásticas também são importantes no tratamento. Embora não façam as varizes regredirem, são eficientes no controle de certos sintomas e podem retardar a evolução da doença. 



Deborah Portilho

Escolha de embalagens de MIPs

Estratégias éticas e não tão éticas

É consenso na área de Marketing que a embalagem é uma poderosa ferramenta de comunicação, por vezes, até mais do que a própria marca.

É consenso na área de Marketing que a embalagem é uma poderosa ferramenta de comunicação, por vezes, até mais do que a própria marca, pois a embalagem é o primeiro ponto de contato do consumidor com o produto. Nesse sentido, o Prof. Fabio Mestriner – maior especialista brasileiro em Design de Embalagens – afirma que “a embalagem e seu design gráfico e estrutural são [...] um dos instrumentos por meio do qual o produto acaba se fixando em sua mente, fazendo com que ele seja lembrado e considerado na hora da compra”¹.

Observe-se que esses conceitos se aplicam a todo e qualquer tipo de embalagem, inclusive às dos medicamentos em geral. Contudo, para os medicamentos de venda livre ou MIPs (Medicamentos Isentos de Prescrição), as embalagens são ainda mais importantes, pois são elas as responsáveis por captar a atenção do consumidor. Já para os medicamentos de venda sob prescrição, as embalagens possuem um papel secundário, pois estes são, obrigatoriamente, solicitados pelo consumidor ao balconista/farmacêutico pela marca (nome do produto) e/ou somente por meio da receita com o nome do medicamento prescrito, e não pela embalagem.

Assim sendo, a estratégia adotada pelos Departamentos de Marketing, relativa à escolha da embalagem de um novo medicamento (genérico, similar ou equivalente), pode ser determinante para o sucesso do produto, pois a embalagem pode influenciar a decisão de compra do consumidor no ponto de venda. Mas é importante advertir que existem estratégias éticas e aquelas, digamos, não tão éticas e, neste caso, o barato pode sair muito caro.

Mas antes de falarmos sobre a questão ética, vale lembrar como, quando e por que as embalagens dos MIPs ganharam importância fundamental como instrumento de venda.

Após muita controvérsia a respeito da dispensação e comercialização dos MIPs nas farmácias, i.e., se deveriam ser colocados atrás do balcão, fora do alcance dos consumidores, ou em gôndolas de modo a permitir a livre escolha dos produtos pelos clientes desses estabelecimentos, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) publicou a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 44/2009², determinando que os MIPs fossem posicionados atrás do balcão. Essa RDC objetivava a redução da automedicação e do uso irracional de medicamentos pela população, tendo em vista que tais práticas podem causar severas intoxicações.

Contudo, essa resolução foi amplamente questionada pelos laboratórios éticos³, os quais ajuizaram ações para reverter essa medida, pois ela acabava propiciando a prática da “empurroterapia”⁴. A partir desses questionamentos e das cabíveis ações judiciais, um Grupo de Trabalho da Anvisa reavaliou a RDC nº 44/2009 e chegou a duas importantes conclusões: (i) que as normas nela contidas não contribuíram para a redução do número de intoxicações no País; e (ii) que houve uma maior concentração de mercado, evidenciando *“o predomínio da prática da ‘empurroterapia’ e prejuízo ao direito de escolha do consumidor no momento da compra desses produtos”*⁵.

Como decorrência, a Anvisa publicou a RDC nº 41/2012⁶, determinando que os MIPs passassem a ser expostos em gôndolas de farmácias e drogarias, ao alcance do consumidor, sem

necessidade da assistência de balconistas. Desde então, os consumidores têm sido responsáveis pela escolha dos MIPs – não mais sendo submetidos às sugestões dos “empurroterapeutas de plantão”. Isso fez com que as embalagens desses produtos passassem a desempenhar um papel fundamental no ponto de venda.

Mas criar uma embalagem para o lançamento de um produto não é tarefa simples e, se esse produto for um medicamento, essa tarefa é ainda mais complexa, pois além da escolha da identidade visual do produto, a empresa precisa escolher uma marca que esteja em conformidade com as regras da Anvisa, estabelecidas por meio da RDC nº 59/2014⁷ e da Orientação de Serviço nº 43/2017⁸. De qualquer sorte, para a escolha de suas marcas e das respectivas embalagens, os laboratórios podem adotar diferentes estratégias, as quais, como mencionado anteriormente, podem ser éticas, ou não.

Cabe esclarecer aqui que classificamos como “éticas” não as estratégias que estejam, necessariamente, em conformidade com as diretrizes da Anvisa, mas as que não desrespeitem quaisquer direitos de terceiros.

Um exemplo de estratégia ética é a adoção de uma marca e de uma embalagem totalmente distinta das dos demais medicamentos no segmento. Outra estratégia ética, bastante comum, é a adoção da mesma marca já



utilizada pelo laboratório – seguida de um complemento – mantendo a identidade visual da embalagem para indicar que o novo produto pertence àquela “família”, mas acrescentando ou alterando um detalhe/cor para diferenciá-lo dos outros “membros da família”, como é o caso dos produtos RINOSORO JET, da Farmasa, e SORINE Jato Contínuo, do Laboratório Aché, os quais foram incorporados às respectivas famílias.

Bem, se classificamos como “éticas” as estratégias que não desrespeitam quaisquer direitos de terceiros, como corolário lógico, as “antiéticas” seriam aquelas que infringem tais direitos. Como estamos tratando de marcas e de identidade visual, os direitos *in casu* dizem respeito à propriedade intelectual das empresas sobre suas marcas e embalagens.

De maneira geral, quando a empresa (i) não lança produtos inovadores; (ii) não possui uma “família” na qual o novo produto possa ser inserido; (iii) nem dispõe de vultosas quantias para ser despendida em grandes campanhas publicitárias, a estratégia mais comum no mercado de MIPs, para que um novo produto se torne conhecido e suas vendas alcancem um patamar competitivo, dá-se por meio, principalmente, da imitação da identidade visual do produto líder da categoria e, por vezes, também de sua marca.

Isso porque, como inicialmente mencionado, os MIPs ficam dispostos em gôndolas, ao alcance dos consumidores, sem necessidade de intermediação de balconistas e/ou de farmacêuticos para a escolha do produto. Se por um lado, essa facilidade de escolha e seleção evita a famigerada “empurroterapia”, por outro, acaba por motivar as empresas a adotar embalagens e/ou marcas semelhantes, o que faz com que o consumidor confunda os produtos ou, no mínimo, associe seus atributos aos do líder.

Entretanto, apesar de a adoção de embalagens semelhantes ser o “caminho mais curto” para o sucesso do produto, ela não é a mais aconselhável. Nesse sentido, é importante salientar que as decisões de nossos Tribunais

nos casos de imitação de embalagem têm sido, invariavelmente, em favor das empresas titulares dos produtos imitados e não daquelas que escolhem sempre o caminho mais fácil, ou seja, o da imitação e da cópia.

Assim sendo, caso a embalagem do seu produto seja distintiva e, consequentemente, distinta das demais do mercado, e tenha sido imitada, a empresa não deve hesitar em tomar as providências cabíveis para manter a exclusividade da identidade visual de seu produto. Nesse sentido, a empresa pode enviar uma notificação judicial ou extrajudicial e, caso essa medida não surta efeito, ajuizar uma ação de abstenção de uso, com base em concorrência desleal, já que a cópia de embalagens distintivas – facilmente reconhecidas pelos consumidores como sendo a embalagem daquele produto específico – contam com proteção, mesmo não estando registradas.

Mesmo que essa pareça ser uma medida radical, ela é praticamente a única decisão que pode ser tomada para se manter a embalagem do produto distintiva e distinta das demais do segmento. Com efeito, tendo obtido uma decisão judicial favorável – e a divulgando de forma efetiva para o mercado –, os concorrentes passarão a ser muito, mas muito mais prudentes na “escolha” de suas embalagens, e a ética na concorrência dos MIPs, poderá então ser celebrada! 

Referências

MESTRINER, Fabio. Design de Embalagem – Curso Básico. São Paulo: Makron Books, 2ª ed. rev. 2002. p.24.

2 RDC nº 44/2009 - Dispõe sobre Boas Práticas Farmacêuticas para o controle sanitário do funcionamento, da dispensação e da comercialização de produtos e da prestação de serviços farmacêuticos em farmácias e drogarias e dá outras providências

3 No jargão farmacêuticos, laboratórios éticos são aqueles que não pagam bonificação aos balconistas

4 A “empurroterapia” é uma prática antiga no Brasil, comum desde os anos 1960, e sobrevive por força da “guelta”, que é a bonificação paga por alguns laboratórios a balconistas para que eles ofereçam os produtos destes laboratórios em detrimento daqueles prescritos. UMA PRÁTICA lesiva, comum desde os anos 60. O Globo. Rio de Janeiro, p. 26, 2ª ed., 5 fev. 2000.

De acordo com o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), a “empurroterapia” é uma prática abusiva, vedada pelo Código de Defesa do Consumidor.FUJA da “empurroterapia”. IDEC, 25 jul. 2011. Disponível em: <<https://idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/fuja-da-empurroterapia>>. Acesso em: 02 jun. 2018.

5 ANVISA permite que Medicamentos isentos de prescrição fiquem ao alcance do consumidor. Pfarma: Portal Farmacêutico. 27 jul. 2012. Disponível em: <<http://pfarma.com.br/noticia-setor-farmaceutico/913-anvisa-medicamentos-isentos-prescricao-alcance-consumidor.html>> Acesso em: 02 jun. 2018.

6 RDC nº 41, de 26 de julho de 2012 – Altera Resolução RDC nº44, de 17.08.2009, que dispõe sobre Boas Práticas Farmacêuticas para o controle sanitário do funcionamento, da dispensação e da comercialização de produtos e da prestação de serviços farmacêuticos em farmácias e drogarias e dá outras providências, erevoga a Instrução Normativa IN nº 10, de 17.08.2009.

7 RDC nº 59/2014 – Dispõe sobre os nomes dos medicamentos, seus complementos e a formação de famílias de medicamentos.

8 Orientação de Serviço nº 43, de 22.12.2017 – Dispõe sobre o detalhamento da RDC nº 59/2014.

.....
Deborah Portilho é Advogada especializada em marcas, com particular foco na área farmacêutica, professora de Direito de Propriedade Industrial do Curso LL.M. Direito Corporativo do IBMEC/RJ e Sócia-Diretora da D.Portilho Consultoria e Auditoria de Marcas.
E-mail: deborah.portilho@dportilho.com.br



Isabel Fomm de Vasconcellos e
Dra. Albertina Duarte

Gerações

“—Ah, minha querida” – dizia Leonor à sua netinha de 17 anos – “Você não pode imaginar como foi a nossa juventude. Impossível pensar naqueles anos 1960, sem imediatamente pensar na reviravolta instaurada pela revolução sexual. De repente, tudo virou de cabeça para baixo. Os velhos costumes foram remexidos, o recato saiu, de repente, da moda e...”

A moça, que segurava delicadamente a mão de sua avó, sobre a mesa posta para o lanche, sorriu. “Quando ela sorri parece que todo o Universo sorri com ela” – teve tempo de pensar Leonor, antes que ela, sacudindo a vasta cabeleira negra, passasse do sorriso à gargalhada:

“— Vovó, pelo amor de Deus! O que é re-ca-to?”

Leonor teve que rir também.

“— Está vendo? Nem mais a palavra existe, o que dirá da atitude...”

“— Recato é uma atitude?”

“— Sim, uma mistura de pudor com timidez, uma coisa que era exaustivamente ensinada às mulheres, desde criancinhas. Fazia parte, é claro, do sistema de redução do nosso sexo à sua condição submissa e passiva. Mas como eu estava dizendo, quando saiu de cena o recato, entrou a liberdade como uma bandeira absoluta. Os hippies popularizam seu lema de Paz e Amor, os cabelos compridos representavam uma forma de protesto que quebrava os limites, até então muito rígidos, entre homens e mulheres. Viver o momento, curtir a vida, conquistar o prazer...”

“—Bem” – ponderou Lilian, a neta – “Mas, hoje, também nós jovens queremos viver o momento, curtir a vida e conquistar o prazer.”

“— Pois é, mas não desejariam, se a nossa juventude não tivesse inventado esse querer. A herança das grandes inquietações sociais e políticas daquela década de sonhos fez com que nós, mulheres, enterrássemos definitivamente o pudor excessivo e quase doentio, que, por tantos séculos, nos afastara de nosso corpo e, então, assuntos como masturbação, posições sexuais, orgasmo, passaram a fazer parte do nosso universo feminino.”

“— Não se falava nisso então, antes? Antes da sua juventude, quero dizer.”

“— Nem pensar! As mulheres, depois da vitória dos cristãos sobre os povos que eles chamavam de bárbaros, na Baixa Idade Média, reduziu-se a beleza própria do corpo da mulher a nada mais do que o depósito de pecado. De lá para cá, só restava ao nosso sexo, dois caminhos: ser recata (e aqui, riram as duas) ou ser prostituta. A mãe de família, como se chamavam as recatadas, faziam amor apenas para ter filhos e foram se distanciando cada vez mais da ideia do prazer. O prazer era dos homens. E eles, via de regra, não o encontravam em suas esposas, mas sim nas outras, nas chamadas mulheres da vida.”

“— Então...” – refletiu Lilian – “Essas aí tinham prazer?”

“— Hum...” – respondeu Leonor – “Nem sempre, na maioria das vezes, não tinham não. Era a sua profissão e pronto. O prazer não entrava na conta e os homens jamais se preocuparam em dar prazer às mulheres, às da vida ou às do lar.”

É na adolescência que se descobre o desejo sexual de maneira consciente e, dependendo de como isso acontece, é que vai se valorizar ou não o próprio corpo.





Nesse momento, Beth, a mãe, entrou na sala, carregando a bandeja do café.

“-- Pronto. Aqui está” – disse Beth – “Café à moda da vovó. Eu estava ouvindo a conversa de vocês.” E dirigindo-se à Leonor, disse: “Mamãe, concordo que a sua juventude deixou um maravilhoso legado para aqueles que sabem distinguir alhos de bugalhos. Mas, por outro lado, os princípios revolucionários dos anos 1960 acabaram gerando alguns modismos perigosos. Do pudor exagerado, fomos parar nessa onda de culto ao corpo, que marcou a década seguinte e se estende até os nossos dias. Tornou-se obrigatório enrijecer músculos, colocar o esqueleto no prumo, eliminar completamente qualquer gordurinha, enfim, a ditadura do Índice de Massa Corpórea. E a tão cantada liberdade sexual aumentou a incidência de doenças sexualmente transmissíveis e, nos anos 1980, com o surgimento do vírus da AIDS, o perigo passou a ser mortal...”

“-- Imagine, mãe!” – interrompeu Lilian – “Ninguém mais morre de AIDS hoje em dia.”

“-- Você é que pensa, minha filha. AIDS pode ser morte em vida. Obriga o infectado a uma vida cheia de limitações e de remédios. Não é fácil, não.”

“-- A minha geração” – protestou Lilian, engolindo um biscoito – “Está mais para média de tudo isso. No meu colégio mesmo tem um grupo de meninas que são chamadas de feministas radicais. Elas não querem nem saber se são gordas ou magras. Elas querem ter saúde e ser felizes. Isso não passa por se matar em dietas ou arrebentar os tendões numa malhação neurótica.”

“--Sim” – disse Leonor – “Creio que a sua geração procura uma conscientização plena de ser mulher. Ter saúde e sintonia entre a cabeça, o coração e o sexo. Depois de milênios

de repressão sexual está sendo difícil para as mulheres, aquelas cujas antepassadas faziam amor no escuro e de camisola, morrendo de vergonha de seu próprio corpo, perceber que gostar do próprio corpo é algo mais complexo do que simplesmente torná-lo bonito por fora.”

“-- A sexualidade já nasce com a gente” – disse Beth – “Mas é na adolescência que se descobre o desejo sexual de maneira consciente e, dependendo de como se descobre, é que vai se valorizar ou não o próprio corpo.”

“-- Bem, vovó” – arrematou Lilian – “Isso não mudou nunca, né? Nem na Idade Média, com a vitória dos cristãos sobre os bárbaros, nem nos anos 1960, com a tal da revolução de costumes.”

Leonor riu:

“-- Não. O físico é o físico. Mas o que muda é a maneira como se encara o físico, como a sociedade e a cultura veem esse desenvolvimento natural. Quando os cristãos (e outras religiões também, é bom que se diga) inventaram o pecado e esse pecado estava depositado no corpo da mulher, todo esse desenvolvimento sexual precisava ser escondido, abafado, ignorado. Ao descobrir a excitação, o prazer do toque em seu próprio corpo, as meninas eram levadas a pensar que aquilo era coisa do demônio, que deveriam lutar contra aquilo. Essa é a diferença.” 

** Gerações é um trecho do livro Para Gostar de Ser Mulher, que eu e a Dra. Albertina Duarte estamos escrevendo juntas e será lançado neste ano.*

.....
Isabel Fomm de Vasconcellos é Escritora e Jornalista com especialização em saúde.
E-mail: Isabel@isabelvasconcellos.com.br

Dra. Albertina Duarte é Médica Ginecologista e Obstetra da USP e Coordenadora Estadual de Políticas Públicas para a Mulher, de São Paulo.



Floriano Serra

Falta fazer acontecer

A melhor ideia, por mais criativa e inovadora que seja, de nada valerá se não for transformada em ação.

A diferença entre intenção e ação é que a primeira fica só na vontade de fazer, enquanto a segunda já significa o fato executado.

Muita gente tem planos e projetos fantásticos: úteis e necessários – principalmente no início de cada Ano Novo. Mas entra ano e sai ano e nada é feito.

– “Não aguento mais! Vou deixá-lo (a) !”. A frase pode se aplicar tanto a alguém que quer (ou precisa) abandonar o parceiro, como mudar de emprego, largar um vício ou hábito. Novamente, aqui também o desejo ou necessidade costuma não se transformar em ação.

No mundo organizacional, essas coisas também acontecem. Muitas empresas estão cheias de boas ideias, seja para reduzir custos, aumentar vendas/produção ou melhorar o ambiente de trabalho, e até fazem reuniões ou criam grupos de trabalho para implantá-las.

Ou seja, nenhuma mudança à vista. Nada dificulta tanto a concretização de planos e projetos nas empresas – ou na esfera governamental e, principalmente, política – quanto reuniões ou criação de “grupos de trabalho” para discutir e implantar o assunto.

Na sua cidade, quantas reuniões foram feitas e grupos foram criados para “resolver” problemas estaduais ou municipais de saúde, segurança, educação, transporte e tantos outros?

Acredito que não se trate, necessariamente, de incompetência, mas de falta de proatividade, iniciativa e vontade política. Ou ainda falta de liderança.

Pessoas não qualificadas que são promovidas, nomeadas ou indicadas a postos-chave por motivos políticos ou pessoais, também tendem a não fazer as coisas acontecerem – ou, pior, até nem deixar que elas aconteçam.

Valoriza-se muito a criatividade e ideias inovadoras, mas pouco se sabe dos resultados delas. A verdade é que a melhor ideia, por mais criativa e inovadora que seja, de nada valerá se não for transformada em ação, se não tiver um resultado concreto, palpável.

Talvez a campeã dessa falta de fazer acontecer seja a Justiça brasileira, em todas as esferas de atuação. O que é uma pena, pois é dela que nasce toda e qualquer tentativa de se formar uma sociedade menos corrupta, menos violenta, mais consequente e, por extensão, mais humana e justa. 

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

Somos especialistas em Pesquisa
no segmento Healthcare.



São mais de 25 anos de experiência acumulada e mais de 2000 estudos realizados, envolvendo produtos de praticamente todas as classes terapêuticas. Entenda como podemos te ajudar:

Estudos Qualitativos

Foco na compreensão de fenômenos de marketing, com uso de pequenas amostras construídas a partir da homogeneidade no perfil dos pesquisados e com coleta de dados por meio de entrevistas em profundidade ou discussões em grupo.

Estudos Quantitativos

Foco na descrição e mensuração de fenômenos de marketing, com uso de amostras representativas construídas a partir de base estatística, com coleta de dados por meio de entrevistas ou realização de experimentos.

MINDS4
Health

Conheça todos os nossos
serviços em nosso site:

minds4health.com.br





Grandes empresas visionárias já deram os primeiros passos para **manter viva a história** da indústria farmacêutica no Brasil.

”

Estas são as que possuem o arquivo digital com mais de 40 anos desta fascinante história, que retrata o universo no qual você trabalha.

Faça parte desse projeto, preservando a história do mercado farmacêutico!

”

Astellas | Biolab
Bristol-Myers Squibb
EMS | Grupo Gen
Interfarma | Ativa
Bayer | Chiesi

Patrocinadores confirmados:

Prata (Por ordem alfabética)



Bronze (Por ordem alfabética)



Realização



tel.: (11) 5533-5900 (11) 98787-4080. Participe desta ideia. Fale conosco.