

O MUNDO DA SAÚDE



APOIOS:





ENQUADRAMENTO

«HOJE É O TEMPO DE CONFIARMOS NA CIÊNCIA»

A INDÚSTRIA FARMACÊUTICA PARTILHOU ANOS DE CONHECIMENTO CIENTÍFICO, TORNANDO POSSÍVEL INICIAR PRONTAMENTE A INVESTIGAÇÃO QUE CULMINOU EM SOLUÇÕES TERAPÊUTICAS E DE DIAGNÓSTICO, TÃO NECESSÁRIAS PARA TRAVAR A COVID-19

Um estudo promovido pela Comissão Europeia e divulgado em 2018 coloca Portugal como o país com maior percentagem de população – 98% – a encarar as vacinas como seguras, eficazes e importantes na infância. Em entrevista à *Executive Digest*, Heitor Costa, director-executivo da APIFARMA explica, entre outros temas, qual o impacto que o novo confinamento obrigatório poderá vir a ter sobre a indústria farmacêutica em Portugal e em que medida vai a pandemia de COVID-19 impactar o sector da Saúde.

O País está mergulhado numa terceira vaga da pandemia de COVID-19 e o SNS está cada vez sob maior pressão, tal como a economia. Nesta fase, quais as prioridades e acções da APIFARMA e dos seus associados para mitigar a situação epidemiológica?

Continuamos a garantir que os medicamentos, as vacinas e os meios de diagnóstico *in vitro* chegam e são disponibilizados aos portugueses. Procuramos também sensibilizar os decisores para a importância de manter a resposta do nosso Sistema de Saúde, para que continue a ser possível atender às necessidades de cuidados de todas as pessoas com doença, dos doentes “COVID” e “não-COVID”.

A par disso, acompanhamos as necessidades de todos os profissionais que estão na primeira linha

do combate a esta pandemia, nomeadamente através da iniciativa “Todos Por Quem Cuida”, criada com a Ordem dos Médicos e a Ordem dos Farmacêuticos, para aquisição de equipamento hospitalar, equipamento de protecção individual e outro material necessário. Desde o início da pandemia, a APIFARMA e as empresas farmacêuticas suas associadas doaram mais de 3,5 milhões de euros.

Que impacto o novo confinamento obrigatório poderá vir a ter sobre a actividade da indústria farmacêutica em Portugal?

Os impactos deste novo confinamento obrigatório não se cingem à indústria farmacêutica e penalizam toda a actividade económica nacional. No caso da indústria farmacêutica, tem sido possível ultrapassar os enormes desafios graças ao empenho e activação dos planos de contingência das empresas nossas associadas. Os agentes económicos da saúde a operar em Portugal mostraram uma grande capacidade de resposta

a esta pandemia. Acreditamos que manterão esta resiliência. No entanto, não tenhamos dúvidas: a duração deste novo confinamento determinará a extensão dos impactos e só venceremos esta batalha se a travarmos nas suas duas frentes, Saúde e Economia. Por isso, no imediato, defendemos o reforço das medidas de prevenção e a necessidade de assumir a testagem rápida para proteger a saúde e defender a economia.

As primeiras vacinas já chegaram à Europa e a Portugal, mas estão longe de ser consensuais. A que se deve a desconfiança generalizada em relação às vacinas? E como se pode combater esse sentimento?

Não partilhamos dessa opinião. Hoje é o tempo de confiarmos na Ciência. Pese embora alguns casos pontuais, existe uma noção clara da importância das Ciências da Vida e dos impactos positivos dos produtos de saúde inovadores, sejam medicamentos, vacinas, ou meios de diagnóstico, na qualidade de vida e longevidade das pessoas.



SAÚDE

EM PORTUGAL, AO LONGO DE 25 ANOS, OS MEDICAMENTOS INOVADORES SALVARAM MAIS DE 100 MIL VIDAS, PROLONGARAM A ESPERANÇA DE VIDA EM 10 ANOS E PERMITIRAM QUE MILHARES DE PESSOAS COM DOENÇA CONTINUASSEM A TRABALHAR



A comunicação por parte da indústria farmacêutica, nomeadamente das empresas que lideram a investigação e produção das vacinas, pode ser algo a rever? Em que aspectos?

Em Portugal, ao longo de 25 anos, os medicamentos inovadores salvaram mais de 100 mil vidas, prolongaram a esperança de vida em 10 anos, permitiram que milhares de pessoas com doença continuassem a trabalhar e possibilitaram poupanças anuais ao Sistema de Saúde de cerca de 560 milhões de euros, ao evitarem hospitalizações e outros encargos. Nos últimos meses, os produtos de saúde inovadores, entre os quais ganharam destaque as vacinas, demonstraram que são imprescindíveis para a nossa vida e para a sociedade. Apesar do contributo incomensurável da ciência e da indústria farmacêutica

para o progresso e bem-estar das pessoas, existe uma pequena franja da sociedade que contesta, recusa ou nega estes avanços. A multiplicação de notícias falsas desafia a evidência sobre a segurança e a eficácia da vacinação. Por isso, não podemos baixar os braços.

Portugal pode vir a integrar a rede internacional de produção das vacinas contra a COVID-19?

Todos os países ambicionam receber investimento da indústria farmacêutica e se existe área onde devemos ambicionar mais vitalidade é na Economia da Saúde. Para isso é necessário criar um ambiente favorável que convença os centros de decisão das multinacionais que operam nas áreas da biomedicina e biofarmacêutica das vantagens competitivas de Portugal. Este

esforço da indústria farmacêutica deverá ser acompanhado de um conjunto de medidas que sustentem o investimento, tais como estabilidade legislativa, estabilidade dos preços, apoio regulamentar mais rápido e com menores custos, apoio institucional e diplomático e, também, incentivos ao investimento produtivo e em projectos de I&D.

Que esforços têm sido encetados?

Estamos a trabalhar para que os decisores entendam a área da Saúde, e o sector farmacêutico em particular, como uma das chaves para a reactivação em pleno da nossa economia. Um dos passos está naturalmente dado, uma vez que a Europa percebeu a necessidade de adquirir autonomia estratégica na área da Saúde.

Em Portugal, as nossas empresas

» Heitor Costa,
director-
-executivo
da APIFARMA



demonstraram estar preparadas logo na fase inicial de embate da pandemia, não só dando resposta às necessidades de saúde dos cidadãos, mas também ao reorientar as suas unidades produtivas para novos produtos de saúde. Esta capacidade pode ser ainda mais expressiva caso as condições de atractividade do país favoreçam a captação de investimento externo, fazendo de Portugal um país amigo do investimento. A título de exemplo, refira-se a Investigação Clínica, área na qual Portugal pode e deve ser mais competitivo, em que pode ter argumentos para convencer as biotecnológicas internacionais e captar mais ensaios clínicos, com ganhos para o doente, Estado e profissionais de saúde.

A APIFARMA concorda com o plano de vacinação contra a COVID-19 que foi estipulado?

A execução prática do plano de vacinação constituiu o maior desafio. Para ser útil e eficaz, requer um progresso evidente no terreno. Há que garantir que o processo de vacinação se baseia nas melhores decisões e que decorre da forma mais eficiente possível e no momento certo. No contexto de combate a esta pandemia, é absolutamente crucial conseguir vacinar o maior número de pessoas possível no menor período de tempo possível.

A pandemia tem levado a uma maior união e colaboração entre todos os players do ecossistema de Saúde em Portugal?

Esta pandemia, pela sua extensão e velocidade de disseminação,

NO CONTEXTO DE COMBATE À PANDEMIA É ABSOLUTAMENTE CRUCIAL CONSEGUIR VACINAR O MAIOR NÚMERO DE PESSOAS POSSÍVEL NO MENOR PERÍODO DE TEMPO POSSÍVEL

não nos deixou alternativa senão aprofundar a colaboração entre empresas, institutos de investigação, universidades e entidades regulamentares. Esta atitude colocou não só em evidência as potencialidades e vantagens da cooperação, mas sobretudo, permitiu acelerar o processo de I&D a uma escala e velocidade sem precedentes. A indústria farmacêutica partilhou anos de conhecimento científico, tornando possível iniciar prontamente a investigação que culminou em soluções terapêuticas e de diagnóstico, tão necessárias para travar a COVID-19.

Como é que a pandemia tem afectado a inovação de ensaios clínicos noutras áreas terapêuticas?

A Indústria Farmacêutica manteve o investimento, a investigação e a realização de ensaios clínicos nas áreas terapêuticas cujas necessidades continuam sem resposta. A Indústria Farmacêutica está onde está o doente e esta é uma parte essencial da nossa missão. Ninguém tem dúvidas que o acesso à inovação, em tempo e equidade,

é um dos pilares que sustentam qualquer Sistema de Saúde e consequentemente suportam uma sociedade moderna. Neste âmbito, estes são dossiers que merecem toda a nossa atenção. Confiamos que os decisores estão, também, sensibilizados para a importância de garantir o acesso dos doentes a medicamentos inovadores.

Em que medida é que a pandemia de COVID-19 vai impactar o sector da Saúde em Portugal, em particular a indústria farmacêutica?

Sabemos que a pandemia provocada pela COVID-19 alterará, para sempre, a prioridade que damos à Saúde. Hoje todos reconhecemos a importância da Saúde para o equilíbrio do mundo e para a organização da sociedade. Mas temos de ter bem presente que os desafios pós-pandémicos são colossais. O desafio da recuperação económica e a urgência da recuperação da actividade assistencial do Sistema de Saúde exigirão de nós – Governantes, decisores, agentes económicos, sociedade – empenho, compromisso e cooperação nunca experienciados. E se, no curto prazo, a vacinação nos indica o caminho para o início da recuperação, também é verdade que a médio prazo viveremos uma nova pandemia na Saúde, em resultado dos inúmeros tratamentos interrompidos, consultas adiadas e diagnósticos que ficaram por realizar. Será preciso coragem e determinação para reerguer o Sistema de Saúde e reconquistar a dedicação de todos os profissionais deste ecossistema. ●



VISTA ALEGRE

1824

TÊXTEIS



O início de uma nova
história de sedução.

SHOP ONLINE
VISTAALLEGRE.COM



JABA



SENTIDO DE PERTENÇA

A

reputação da Jaba Recordati é resultado de um comportamento consistente e repetido da companhia ao longo dos mais de 94 anos a operar no mercado nacional. Ao longo destes anos, os stakeholders foram cimentando e disseminando uma imagem e um nível de confiança na companhia determinante para a consolidação da reputação. «Não há segredos, o que fizemos foi evitar “dar passos em falso” que contrariem a expectativa de todos os que conosco se relacionam. Os nossos concorrentes sabem que somos “tipos simpáticos”, mas rigorosos

AO LONGO DA SUA EXISTÊNCIA, A EMPRESA SEMPRE ESTIVE JUNTO DOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE E COM ISSO GRANJEOU UM ELEVADO NÍVEL DE RECONHECIMENTO.

e muito competitivos. Os nossos fornecedores conhecem a nossa exigência, mas também a nossa transparência e fiabilidade. Os nossos distribuidores sabem que somos descomplicados, mas as nossas relações terão de ser “win/win”. Os nossos clientes sabem que podem confiar nos nossos produtos

e nos nossos serviços, e, por último, os nossos colaboradores sabem que privilegiamos a meritocracia e estão conscientes que cada um deles, independentemente da função, é um embaixador da Jaba Recordati», explica à Executive Digest Rui Rijo Ferreira, marketing director, da Jaba Recordati.

REPUTAÇÃO

A REPUTAÇÃO DA JABA RECORDATI É RESULTADO DE UM COMPORTAMENTO CONSISTENTE E REPETIDO DA COMPANHIA AO LONGO DOS MAIS DE 94 ANOS A OPERAR NO MERCADO NACIONAL.



De uma forma genérica, uma companhia farmacêutica desenvolve produtos/medicamentos para serem utilizados por profissionais de saúde no tratamento das diferentes patologias que afetam o ser humano. Por outras palavras, desenvolve as ferramentas que permitem ao profissional de saúde tratar o que todos nós temos de mais sagrado: a nossa saúde. No entanto, a sociedade tem sempre uma atitude ambígua face a esta indústria. No geral, tem relutância em aceitar que uma indústria realize lucros com a doença, facto que é usado e abusado pelos diferentes governos para justificar das suas próprias lacunas ao nível dos cuidados de saúde. Por outro lado, a mesma sociedade, sabe que é nos centros de investigação e sobretudo na indústria farmacêutica que residem as competências para a investigação e desenvolvimento de novos fármacos.

O actual estado de pandemia é um bom exemplo. Quando a pandemia se instalou, a esperança da sociedade residia na investigação e desenvolvimento de uma vacina por parte da indústria farmacêutica. Uma vez desenvolvida a ambicionada vacina, a indústria passou de imediato a ser apresentada como a responsável pelo difícil acesso das populações à mesma, disfarçando novamente a incompetência dos estados que se deixaram ultrapassar numa corrida há muito anunciada. Surgiram uma vez mais diversas teorias da conspiração e as vozes dos que idealisticamente pensam que tudo deveria ser nacionalizado. Ou seja, de bons a vilões, foi um instante.



OS NOSSOS
VALORES SÃO A
INTEGRIDADE,
TRADUZIDA
NO NOSSO
COMPROMISSO
EM ACTUAR EM
CONFORMIDADE
COM O CÓDIGO
DE ÉTICA E
RESPEITANDO
A DIFERENTE
REGULAMENTAÇÃO
DO SECTOR

VALORES

A Jaba Recordati resulta da aquisição da Jaba Farmacêutica pela Recordati. Ou seja, passou de uma empresa nacional com muitos anos de história a uma filial de um grupo multinacional. Foi necessário adaptar a organização local às exigências da Recordati Internacional sem esquecer a herança. Este processo foi possível através de uma comunicação interna transparente, coerente, participativa e compreensível dos valores da “nova” Jaba Recordati. Hoje, os colaboradores identificam-se com a filosofia e “compliance” da Recordati, mas assumem com orgulho a herança Jaba. É este sentido de pertença a principal ferramenta para cultivar a reputação. «Os nossos valores são a integridade, traduzida no nosso compromisso em actuar

em conformidade com o código de ética e respeitando a diferente regulamentação do sector. A protecção das pessoas - acreditamos na igualdade de oportunidades e garantimos que todos possam exprimir o seu potencial; protegemos a saúde e a segurança no local de trabalho e não toleramos qualquer discriminação com base na etnia, nacionalidade, sexo, orientação sexual, deficiência, crenças políticas ou religiosas ou outras características pessoais. O desempenho, visando melhorar o desempenho da gestão e criar valor para os nossos acionistas. A protecção do ambiente e da sustentabilidade - reconhecemos a importância da protecção ambiental e queremos contribuir positivamente para o desenvolvimento sustentável do País. Por último, a qualidade e segurança do produto, que significa



queremos oferecer aos nossos pacientes produtos de qualidade e que cumprem os requisitos das autoridades. Queremos ainda tornar os nossos produtos cada vez mais acessíveis àqueles que deles necessitam. Esses compromissos concretizam-se também através de um contínuo investimento em investigação e desenvolvimento», acrescenta Rui Rijo Ferreira, marketing director, da Jaba Recordati. Este é claramente um compromisso transversal a toda a companhia e todos sabem que o desempenho individual de cada um é fundamental na transmissão destes valores.

CLIENTES

Ao longo da sua existência, a empresa sempre esteve junto dos profissionais de saúde e com isso granjeou um elevado nível de reconhecimento. «Atrevo-me a afirmar que não deverá existir em Portugal profissional



ATREVO-ME A
AFIRMAR QUE NÃO
DEVERÁ EXISTIR
EM PORTUGAL
PROFISSIONAL
DE SAÚDE QUE
NÃO CONHEÇA A
JABA RECORDATI.
CLARO QUE OS QUE
DESENVOLVEM A
SUA ACTIVIDADE
EM ÁREAS ONDE
AS NOSSAS
MARCAS ESTÃO
PRESENTES TÊM UM
CONHECIMENTO
E UMA LIGAÇÃO
MAIS PROFUNDA

de saúde que não conheça a Jaba Recordati. Claro que os que desenvolvem a sua actividade em áreas onde as nossas marcas estão presentes têm um conhecimento e uma ligação mais profunda», afirma Rui Rijo Ferreira. Com estes profissionais mantêm uma relação muito próxima através da estrutura comercial. Também colaboram com as diferentes organizações no apoio à formação pós-graduada. Desenvolvem ainda serviços de apoio à sua actividade e participam de forma activa em diversos congressos, simpósios e outros eventos de carácter científico, muito relevantes para a actualização permanente dos profissionais de saúde e que sem este apoio e o de outras companhias farmacêuticas, dificilmente se concretizaria. De há uns anos a esta parte, em resultado de alguma abertura regulamentar e de um aumento geral da literacia em saúde, a Jaba começou também

a aproximar-se do cliente final, isto é o público em geral.

Sobre os principais factores de risco que poderão pôr em causa a imagem reputacional de uma empresa deste sector, o responsável explica que o pesadelo de qualquer marca está relacionado com um efeito adverso grave. Actualmente, quando um novo medicamento é colocado no mercado, ele já foi alvo de inúmeros estudos. Em nenhuma outra indústria, um novo produto é tão rigorosamente testado como na indústria farmacêutica. Em consequência o risco de surpresas é mínimo. No entanto, é sempre possível. Porque uma vez no mercado o produto passa a ser administrado a um número muito maior de utilizadores. Outro dos riscos tem que ver com a acima mencionada dificuldade dos governos em fazer face às necessidades dos respectivos sistemas de saúde. Por exemplo, o difícil acesso a um determinado medicamento por parte de um grupo específico de doentes, em consequência de barreiras à sua introdução por parte das autoridades, é facilmente justificado com o custo “excessivamente elevado” que a indústria pratica, ocultando da opinião pública alguns factos determinantes para este custo. «Quando na negociação do fornecimento de vacinas nos deixamos ultrapassar por outros, é mais fácil apontar o dedo ao fornecedor do que reconhecer que o Reino Unido, Israel ou os Estados Unidos foram muito mais eficientes nas negociações», conclui Rui Rijo Ferreira, marketing director, da Jaba Recordati. ●

DIGITAL

O doente hoje em dia, não é mais um sujeito passivo no que diz respeito à sua saúde. A pesquisa online de temas de saúde está frequentemente entre o TOP10 dos mais procurados. Os respectivos conteúdos nem sempre tiveram a qualidade e o rigor devidos, mas com o aumento da presença de entidades responsáveis a comunicar nas diversas plataformas digitais, o rigor e a qualidade de conteúdos tem vindo a aumentar de forma significativa. A Jaba Recordati, desde há uns anos que evoluiu de uma presença digital meramente institucional, para uma presença geradora de conteúdos, para o profissional de saúde em área reservada ou para o público de forma aberta. Hoje, o digital é parte integrante do modelo de comunicação. Uma estratégia de marca, é sempre uma estratégia omnicanal.

A VOTAÇÃO PARA OS



2021

ESTÁ A CHEGAR.

ACOMPANHE-NOS EM
[HTTPS://MARKETEER.SAPO.PT/](https://marketeer.sapo.pt/)