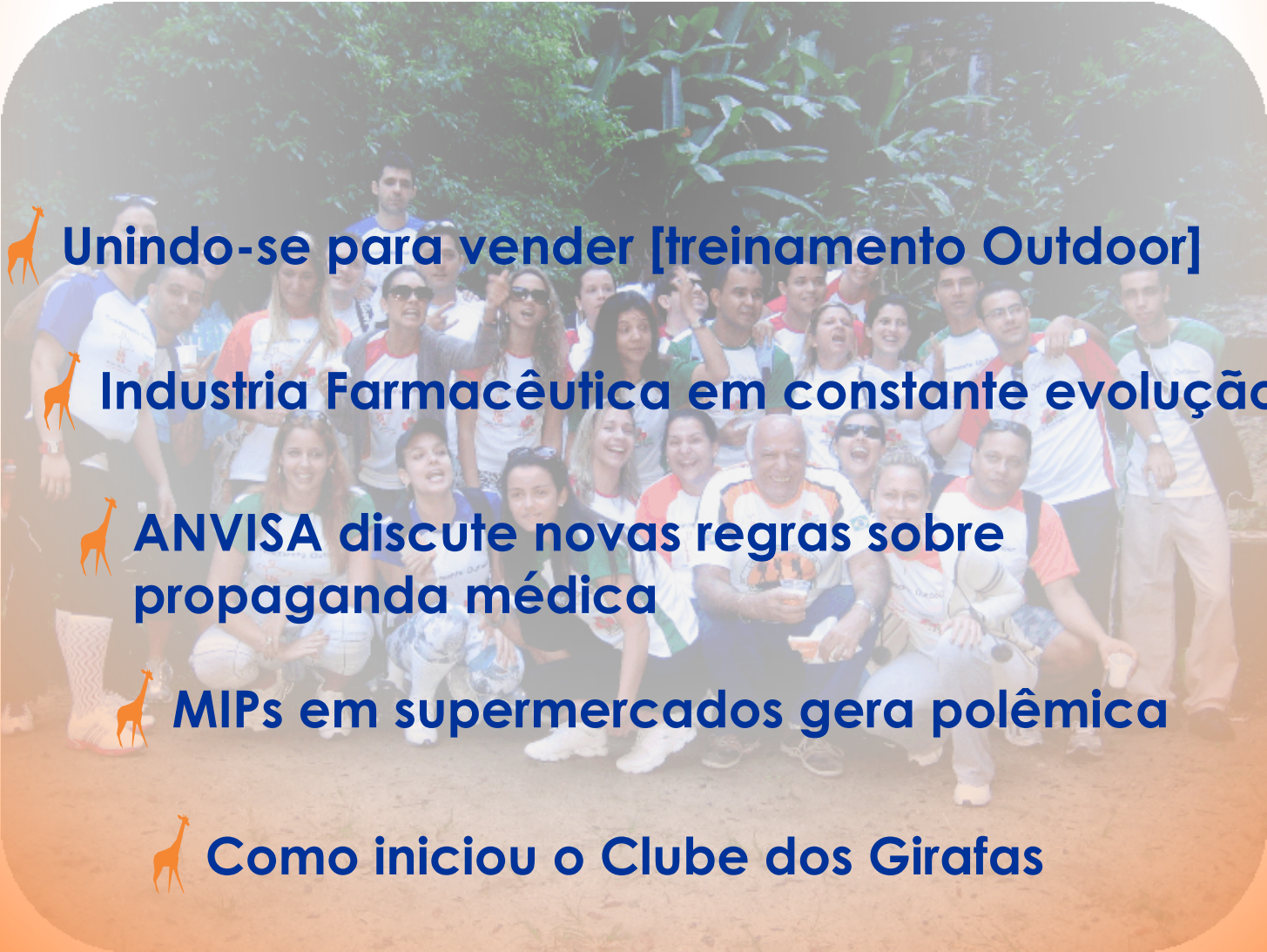







BOLETIM INFORMATIVO DO GIRAFAS
9ª Edição - Junho de 2012 - Ano 3

50 ANOS CLUBE DOS GIRAFAS

*Associação dos Executivos e Profissionais
de Propaganda Médica da Indústria Farmacêutica*

NA BUSCA PELA EXCELÊNCIA!

- 
-  **Unindo-se para vender [treinamento Outdoor]**
 -  **Indústria Farmacêutica em constante evolução**
 -  **ANVISA discute novas regras sobre propaganda médica**
 -  **MIPs em supermercados gera polêmica**
 -  **Como iniciou o Clube dos Girafas**



*Associação dos Executivos e Profissionais
de Propaganda Médica da Indústria Farmacêutica*

Como todos, nesta época da sociedade, estou sentindo o tempo voar e não tenho tanto tempo para fazer as análises de mercado como gostaria.

Tenho a oportunidade de realizar estas análises dentro da minha área, fazendo o BIG. Acaba sendo um motivador para atualizar-me no mercado farmacêutico.

Em artigos, reportagens e notícias, estou percebendo que muitas inovações estão ocorrendo na ANVISA, novas determinações que atingirão direta e indiretamente a classe dos propagandistas médicos.

Neste BIG busquei trazer, além das atualizações do Curso dos Girafas, informações válidas a todos os profissionais desta área para se manterem atualizações e assim adaptarem-se às novas regras.

Espero que gostem.

Ramon Alecrim.

Diretoria

Presidente

Jorge Alberto Pereira

Vice-Presidente

José Maurício de Carvalho Alecrim

1º Tesoureiro

Heleno Nogueira da Costa

2º Tesoureiro

Ricardo Augusto Ferreira

1º Secretário

Roberto Flávio B. R. Theodoro

2º Secretário

Davi Ferreira Trigueiros

Relações Públicas

Antônio Bessa de Cabral Neto

Luciano Nantes Lima

Coordenador Pedagógico

Dr. Alexandre de Almeida Pereira

Editor

Ramon Alecrim

Patronos

Alois Metzler

Odilon Costa



*Associação dos Executivos e Profissionais
de Propaganda Médica da Indústria Farmacêutica*

QUE VOCÊ SEJA FELIZ EM SUA PROFISSÃO
14 DE JULHO É DIA DO PROPAGANDISTA MÉDICO



Unindo-se para VENCER

treinamento outdoor com turma 36ª

Sempre realizado com sucesso e com clima de harmonia entre as equipes, o treinamento outdoor neste curso foi de excelente aproveitamento ao que compareceram, assim foi dito pelos alunos presentes. Bem à entrada da floresta da Tijuca, às 8 horas, já estavam todos os participantes reunidos para iniciarmos o eventos outdoor, que foi extremamente gratificante.

Logo ao chegarmos no local desejado, tivemos um delicioso café matinal e os alunos tiveram seus últimos instantes para reavaliar seu cálculos e rever seus objetos necessários à realização da prova. Sorteado, cada grupo tinha horário certo para sair com um instrutor próprio, que os ajudaria caso houvesse necessidade.

Ao momento que chegavam, os alunos já davam seus depoimentos e conversavam como foi interessante este tipo de tarefa fora de sala, dando a certeza de que a experiência que tiveram ali seria utilizada no trabalho.

Assim que o ultimo grupo chegou, o resultado já estava pronto e então foi dito os primeiros colocados. Jorge Alberto agradeceu a participação de todos, e os alunos confirmaram que esta é uma experiência para a vida.



Como iniciou o curso do Girafas



O clube dos girafas foi fundado em 1960, inicialmente era um clube para gerentes e supervisores da Indústria Farmacêutica para se encontrarem, conversarem e discutirem sobre o Mercado Farmacêuticos e traçar planos estratégicos.

Quando presidente, Paulo Pires e tendo como presidente do conselho consultivo Sr. Odilon Costa tiveram a iniciativa de buscar inovar o Clube dos Girafas com um curso preparatório de atividades que os propagandistas médicos necessitam ter como conhecimentos básicos; para isto o Paulo Pires procurou Mauricio Alecrim que possui experiência em formação profissional adquirida durante seu trabalho no Laboratório CIBA, em parceria com colegas de profissão que aderiram ao projeto, desenvolveu a grade de programação a ser implementadas para aplicação do curso de preparação de novos propagandistas médicos. Então, estes por sua vez, buscaram dentre os profissionais atuantes na indústria farmacêutica, aqueles que de forma espontânea aceitaram colaborar e ministrar as palestras.

O primeiro curso do clube dos girafas foi um grande sucesso e seu aprimoramento durante os anos seguintes ampliou sua base e crescimento, tornando-o conhecido em todo o Estado do Rio de Janeiro e sendo em alguns Laboratórios quesito importante nas entrevistas.

Devemos acrescentar a atuação do Jorge Alberto, atual presidente que, atuante e proativo, trouxe novas dinâmicas principalmente com a introdução do treinamento outdoor e outras matérias que auxiliam os neófitos em suas carreiras.

Hoje o curso está finalizando a 36ª turma com profissionalização de mais de mil pessoal para a atuação no campo da propaganda médica.



Indústria Farmacêutica em constante evolução



Laboratórios comemoram os resultados de 2011 e anunciam os investimentos para 2012, além da entrada em outros segmentos.

De acordo com dados do IMS Health, o mercado farmacêutico brasileiro fechou 2011 com o valor aproximado de R\$ 38 bilhões e, até fevereiro de 2012, o número é de R\$ 44 bilhões, ou seja, o crescimento do mercado em 2011 foi de 19,84% e nos primeiros dois meses do ano foram de 17,98% (uma porcentagem menor em relação à média de crescimento anual).

Nos últimos anos, diversas indústrias farmacêuticas uniram suas forças em fusões e aquisições; outras decidiram

explorar novos segmentos, ingressando em mercados jamais explorados. A tendência é continuar. As indústrias farmacêuticas crescem no mesmo ritmo da evolução total do mercado, com algumas variações para menos ou para mais.

Este ano, os laboratórios da indústria farmacêutica seguem na aposta dos medicamentos biológicos, considerados o futuro da indústria farmacêutica. De olho nesse segmento, os laboratórios também realizam investimentos em parcerias para o licenciamento e produção dos biofármacos, tendo já assinado contratos de transferência tecnológica com vários outros Países.

Maior liberdade

ANVISA DISCUTE NOVAS REGRAS SOBRE PROPAGANDA MÉDICA

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) poderá reabrir discussão sobre as propagandas publicitárias de medicamentos. Entre as reclamações das indústrias farmacêuticas está a redução dos alertas de efeitos adversos apresentados no final dos anúncios e a volta de famosos como garotos-propaganda.

O representante da Associação Brasileira da Indústria de Medicamentos Isentos de Prescrição (Abimip), Aurélio Saes, em um encontro com diretor da Agência, Jaime Oliveira, pediu que as conversas sobre o tema fossem reabertas e um grupo de trabalho fosse organizado para avaliá-lo.

De acordo com o representante, o setor ainda não tem uma proposta para substituir a regra atual.

Porém, entre as possibilidades estão a limitação das mensagens nas propagandas, enquanto as informações mais completas ficariam apenas nas embalagens dos produtos. Outra opção seria o rodízio dos alertas veiculados nas peças publicitárias.

O presidente da Anvisa, Dirceu Barbano, afirmou que a discussão não poderá afetar o cronograma da Agência. Ele disse concordar com a modificação da forma como as advertências são apresentadas. "Pessoalmente não acho eficiente. São muitas informações que acabam perdendo o sentido."



Pode isso?

MIPs em supermercados gera polemica

Após a aprovação no Senado do Projeto de Lei 07/12, oriundo da Medida Provisória 548/11, que altera os artigos 5o e 6o da Lei 5.991/73, que libera a venda de medicamentos que não necessitam de prescrição médica (MIPs) em supermercados, armazéns, empórios, lojas de conveniência e similares, profissionais do setor farmacêutico comentam sobre o assunto.

O pesquisador Jean Leandro dos Santos, especialista em Atenção Farmacêutica da Universidade Estadual Paulista (Unesp) em Araraquara, explica que a decisão pode acarretar em automedicação sem supervisão, levando a diversos efeitos colaterais. “A gente tem uma

ideia errada de que medicamento de venda livre não causa problema. Eu acho que esta medida é uma medida que deve ser repensada, porque isso é extremamente problemático para o nosso sistema de saúde, já que os consumidores não terão a orientação do profissional responsável pelo medicamento, que é o farmacêutico”, pontua.

O consumidor deve ter livre iniciativa, porém não deve passar por cima de seus interesses e segurança. “O Senado abre um perigoso precedente ao permitir que a população adquira medicamentos indiscriminadamente, motivada simplesmente por campanhas publicitárias ou promoções relâmpago”, critica Barreto.

