



**INTERFARMA**

Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa

# Relatório de Sustentabilidade 2017

Ano Base 2016

## EXPEDIENTE

Relatório Interfarma de Sustentabilidade 2017 · Ano Base 2016

## SUPERVISÃO

Antônio Britto | Presidente executivo – Interfarma

## COORDENAÇÃO-GERAL

Maria José Delgado Fagundes | Inovação e Responsabilidade Social – Interfarma

## COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Octávio Nunes | Comunicação Institucional – Interfarma

## CONTEÚDO TÉCNICO DE SUSTENTABILIDADE, REDAÇÃO E REVISÃO

Duplo Z Inteligência de Comunicação

Fanny Zygband – Mtb 13.464

[www.duploz.com](http://www.duploz.com)

## APOIO

Marcela Simões | Acesso e Inovação – Interfarma

Selma Hirai | Comunicação – Interfarma

Giselle Marques | Comunicação – Interfarma

Bruno Folli | Comunicação – Interfarma

## PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Nebraska Composição Gráfica

## IDENTIDADE VISUAL

Sagarana Comunicação

---

Interfarma – Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa

R. Verbo Divino, 1.488 – 7º andar – cj. 7A

CEP: 04719-904 – Chácara Santo Antônio – São Paulo – SP

Tel.: (11) 5180-3499 – Fax: (11) 5183-4247

[www.interfarma.org.br](http://www.interfarma.org.br)

---

[facebook.com/AssociacaoInterfarma](https://facebook.com/AssociacaoInterfarma)

[twitter.com/Interfarma\\_](https://twitter.com/Interfarma_)




[interfarma.org.br/resp-socioambiental.php](http://interfarma.org.br/resp-socioambiental.php)

## AVISO DE CONFORMIDADE

De acordo com o Código de Conduta da INTERFARMA (Revisão 2016), esta publicação se caracteriza por:

- Ter conteúdo histórico e educacional sobre Saúde Pública;
- Estar disponível na internet sem restrição;
- Não ter valor comercial;
- Ser distribuída gratuitamente.



Inovação e Ética  
por um futuro  
mais saudável

# Sumário

## 5 Apresentação

## 6 Prefácio

## 9 Introdução

10 Metodologia

## 12 O setor farmacêutico em números

## 16 Perfil das empresas

18 Origem das empresas

19 Plantas industriais e sede no Brasil

20 Áreas de atuação

21 Número de funcionários e porte das empresas

## 22 Inovação

28 Obstáculos à inovação

## 30 Acesso e cuidados com o paciente

30 Maximização do acesso a terapias

33 Estímulo ao uso racional de medicamentos

## 36 Investimentos sociais

37 Modalidades de Investimento Social Privado

40 Investimento Social Privado com recursos próprios

42 Investimento Social Privado com incentivo fiscal

44 Investimento Social Privado ligado ao negócio

46 Voluntariado

48 Doações

## 54 Empregabilidade

56 Diversidade e inclusão

56 Funcionários por gênero e idade

57 Gênero e liderança

60 Os 7 Princípios do Empoderamento Feminino

64 Benefícios para colaboradores

## 66 Ética e transparência

67 Código de Ética/Conduta

67 Pacto Global da ONU

68 Relatório de Sustentabilidade/Social

68 Engajamento de públicos de interesse

70 *Relacionamento com pagadores*

71 *Relacionamento com consumidores/clientes*

72 *Relacionamento com fornecedores e parceiros*

73 *Diálogo com a imprensa*

## 74 Meio ambiente

74 Iniciativas internas de gestão ambiental

76 *Consumo de água e energia*

76 *Emissão de gases de efeito estufa*

77 *Gestão de resíduos*

77 Iniciativas externas de gestão ambiental

## 80 Governança

## 82 Considerações finais

# Apresentação

Este é o oitavo ano em que realizamos este relatório de modo a oferecer o testemunho de nosso compromisso com a sustentabilidade.

Como qualquer setor econômico, a indústria precisa mais que nunca incorporar este conceito e assumir na plenitude seus deveres e compromissos com a sociedade. E, mais que qualquer setor econômico, por trabalharmos na saúde e para pessoas, esse compromisso é indispensável.

Temos muita satisfação em constatar a importância dos números, apesar das recentes dificuldades do País que, de uma forma ou outra, impactaram também a capacidade das empresas de avançar em sustentabilidade.

Mas, o que mais nos satisfaz, é verificar que as associadas da INTERFARMA, em cem por cento dos casos, por decisão própria e em decorrência de nossas rigorosas regras de *Compliance* sintetizadas em nosso Código de Conduta (<https://www.interfarma.org.br/codigo-de-conduta>), estão

integradas e participando das atividades em *Compliance*.

Como temos afirmado anualmente a cada relatório, esses compromissos com sustentabilidade para nós não são nem podem ser temporários, circunstanciais, episódicos. Entendemos que estão, e cada vez mais terão de estar, integrados à essência da atividade que desenvolvemos.

A INTERFARMA orgulha-se de seu ineditismo e liderança nas iniciativas de sustentabilidade e *Compliance* na área farmacêutica. Reiteramos nosso compromisso de continuar trabalhando para isso.



**Fernando Almeida**

Presidente do Conselho Diretor



**Antônio Britto**

Presidente executivo

# Prefácio

Esta edição do Relatório de Sustentabilidade da INTERFARMA 2017 traduz um esforço importante da indústria farmacêutica que, no ano passado, centrou sua atuação em dois pilares principais: Ética e Inovação.

É imprescindível que o setor aumente cada vez mais seu compromisso de contribuir para as mudanças que já estão ocorrendo no País e que precisam ser intensificadas porque refletem o desejo geral de que as relações – políticas, comerciais, profissionais, pessoais, enfim, de toda natureza – ocorram sob o prisma da ética e da transparência.

Os resultados desse relatório mostram que essas tendências têm se refletido direta e rapidamente na vida das nossas empresas. E que as próprias empresas têm sido também agentes e promotoras dessas transformações, na medida em que disseminam e expandem seus princípios éticos para milhões de pessoas que gravitam no seu raio de ação: colaboradores, fornecedores, distribuidores, governo, consumidores, comunidades, todos os *stakeholders*.

Já a Inovação é o coração da indústria farmacêutica e do desenvolvimento socioeconômico de qualquer país. O mundo está a caminho da sexta onda de inovação tecnológica e no Brasil mal estamos conseguindo surfar na quinta. Precisamos estar atentos para não perdermos esta oportunidade.

A primeira onda foi impulsionada pela Revolução Industrial. A segunda onda foi marcada pela energia a vapor e as estradas de ferro. A terceira foi a da eletricidade e combustão interna. A quarta onda foi a produção de massa, a quinta as tecnologias de informação, comunicação e as mídias digitais e a sexta onda é pautada na sustentabilidade, na qual países e empresas precisarão buscar soluções inovadoras para dar respostas aos inúmeros desafios desses nossos tempos.

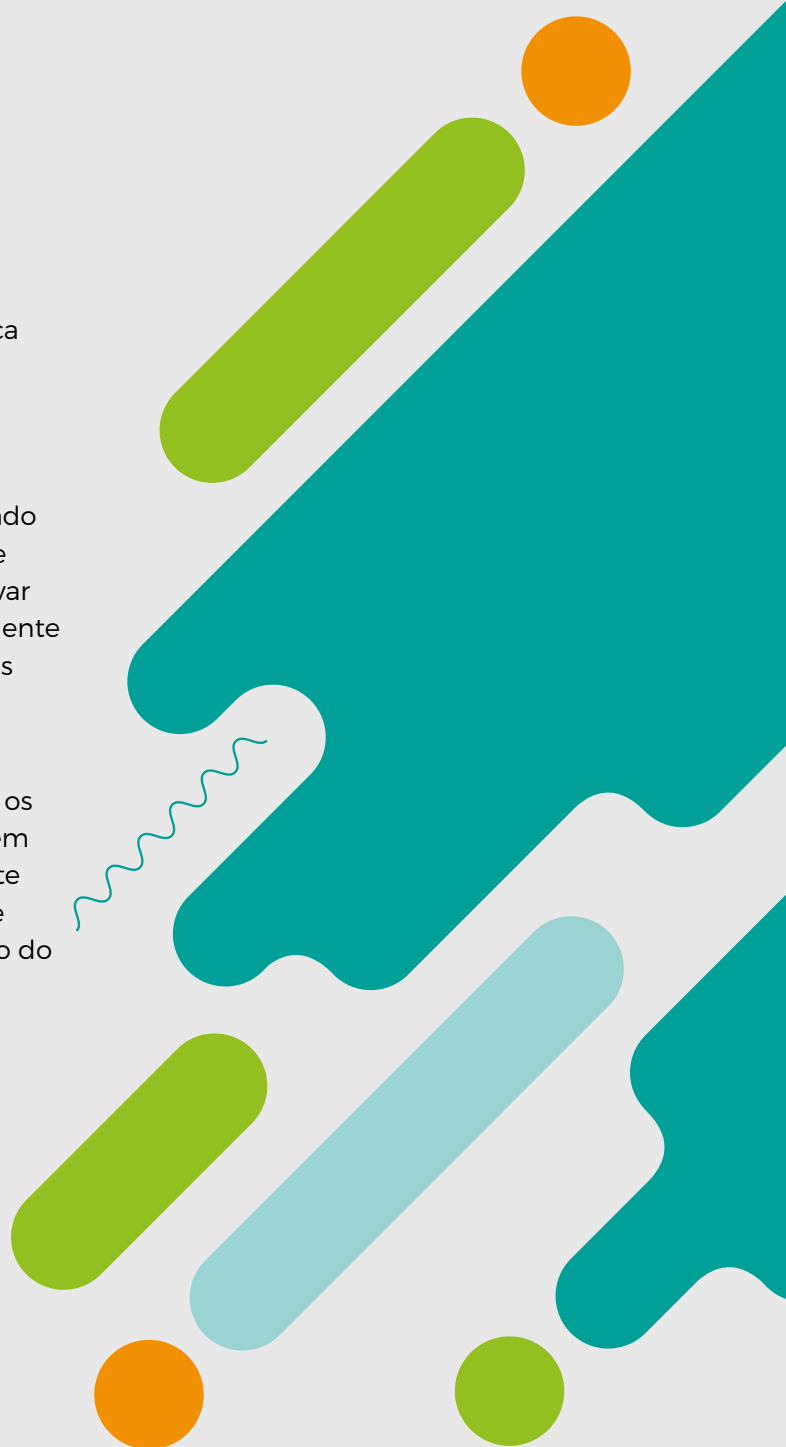
A história tem demonstrado que esses ciclos, ou ondas, estão se tornando cada vez mais impactantes e velozes, que afetam pessoas, governos, empresas, mercados, sociedades, a maneira como são feitos negócios e a rede de relações e interações.

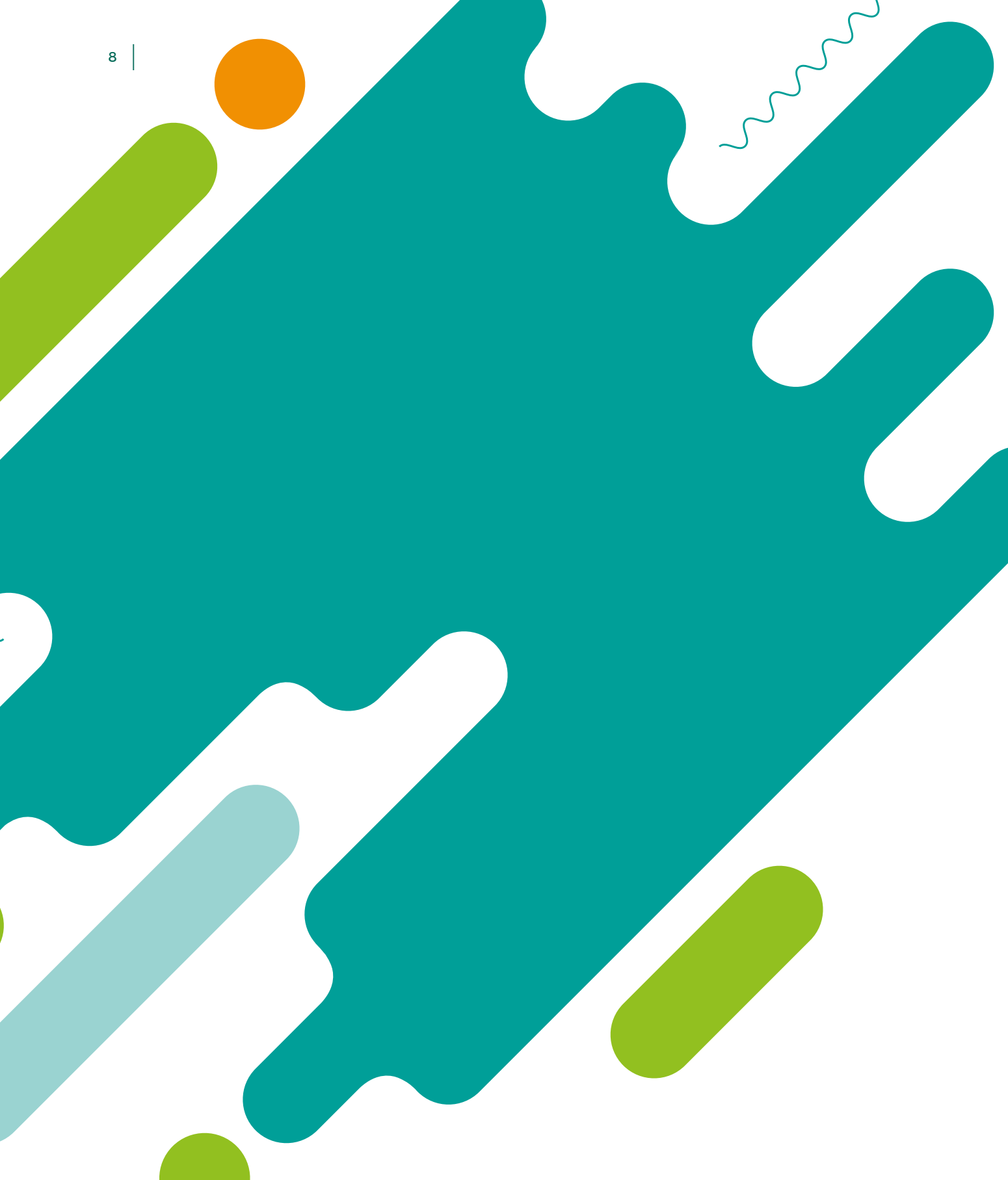
Precisamos estar atentos aos sinais de mudança e trabalhar para que não percamos o bonde da história. Recentemente, a área de ciência, tecnologia e inovação sofreu um grande corte de orçamento no País. Além disso, presos no emaranhado burocrático, continuamos perdendo oportunidades preciosas de desenvolvimento e inserção no mundo global. A demora em aprovar as pesquisas clínicas, por exemplo, frequentemente nos coloca à margem de estudos internacionais importantes, com danos irrecuperáveis para pacientes, pesquisadores e para o País.

Os resultados deste relatório demonstram que os investimentos dos laboratórios farmacêuticos em inovação e ética persistem, independentemente dos obstáculos e da conjuntura nacional, o que reflete o estágio de maturidade e compromisso do setor com o País – o que muito nos gratifica.



**Maria José Delgado Fagundes**  
Diretora







# Introdução

O ano de 2016 ficará para a história. Impeachment, novo governo, avanço da Operação Lava-Jato, prisões de políticos importantes, manifestações populares, crise econômica dos Estados, queda do Produto Interno Bruto, recessão, desemprego, foram alguns dos fatos que marcaram um ano agitado do ponto de vista político, econômico e ético.

Sob esse pano de fundo, os 28 laboratórios farmacêuticos que participaram da elaboração deste Relatório de Sustentabilidade 2017/Ano Base 2016 da INTERFARMA (51% da base de associados) implementaram 3.334 iniciativas de sustentabilidade – de ações sociais a projetos de inovação; de programas para ampliar o acesso a medicamentos a estratégias para reduzir a emissão de gases de efeito estufa; de benefícios para colaboradores a ações de *Compliance* com fornecedores e distribuidores; de campanhas para prevenção e promoção da saúde a governança corporativa.

Para manter essa gigantesca máquina em operação, as empresas investiram um total de R\$ 3,2 bilhões ao longo do ano passado – montante equivalente ao orçamento da cidade de Belém no mesmo período, superior ao de Florianópolis e quase duas vezes maior que o de Aracaju.

Essa multiplicidade de ações teve como destinatários 606 milhões de pessoas, contabilizadas neste cálculo também as que foram alcançadas por intermédio da imprensa e das mídias sociais.

Olhando mais detalhadamente para a maneira como o setor se conduziu em relação às suas ações de sustentabilidade é possível observar que em 2016 o eixo dos investimentos se deslocou. Se em 2015 os laboratórios centraram sua atuação na retenção e capacitação de colaboradores, em iniciativas sociais ligadas ao negócio e na ampliação do acesso da população a medicamentos – ou seja, no fortalecimento do próprio negócio – em 2016, eles apostaram em uma receita bem diferente para driblar os desafios da crise e da conjuntura do País.

Inovação e ética foram os dois polos principais que mobilizaram a atuação da indústria farmacêutica no ano passado. Os dispêndios com inovação cresceram 67%, o número de laboratórios com projetos nessa área dobrou e atividades locais de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) também se expandiram. A explicação para essa mudança de foco casa com a de um estudo sobre sustentabilidade realizado pela Fundação Dom Cabral com 465 empresas de todo o País e que identificou uma

tendência idêntica à das farmacêuticas: em 2016, o aprofundamento da crise econômica levou as empresas a reduzir o engajamento em filantropia e ações sociais e a investir em inovação como estratégia para enfrentá-la.

Os dados levantados para esse relatório também detectaram uma retração na ação social dos laboratórios. Investimentos foram reduzidos, bem como o número de iniciativas implementadas. Ainda assim, mais de 13 milhões de pessoas foram beneficiadas e o setor se manteve fiel aos seus tradicionais focos de atuação: Saúde em primeiro lugar, Educação e Assistência Social.

O segundo eixo de sustentabilidade preponderante no ano passado foi o de ética e transparência. O tsunami de denúncias que inundaram o Brasil envolvendo políticos e empresas também impactou a conduta dos laboratórios, que se preocuparam mais intensamente em fortalecer seus mecanismos de *Compliance* e de combate à corrupção.

O número de iniciativas ligadas à ética saltou de 127 em 2015 para 987 no ano passado e se desdobrou em ações como treinamentos intensivos de colaboradores, capacitação de fornecedores e parceiros e um alinhamento permanente de todos os públicos com os códigos de ética das empresas.

O levantamento mostrou ainda que, além dessas duas áreas que prevaleceram, a

necessidade de fidelizar colaboradores continuou em alta no radar do setor. Aproximadamente 545 mil horas de treinamentos foram disponibilizadas para funcionários. E o *turnover*, o índice de rotatividade de mão de obra, caiu para 17% – menor que o de 2015 e incomparavelmente aquém da média nacional, que bateu em 38,5%.

Da mesma forma, permaneceram estratégicas e em alta as ações intrínsecas à natureza do setor farmacêutico: o trabalho para ampliar o acesso da população a medicamentos e os esforços para difundir entre vários *stakeholders* – como consumidores, profissionais de saúde e de farmácias – questões relativas ao seu uso correto.

## Metodologia

A estrutura utilizada para a composição deste Relatório 2017/Ano Base 2016 continuou tendo como pilares temas harmonizados com os princípios do Pacto Global da Organização Mundial da Saúde (ONU): Acesso e cuidados com o paciente, Investimentos Sociais, Empregabilidade, Ética e transparência e Governança.

As empresas participantes responderam a questionários específicos sobre esses tópicos e foram considerados para cálculo estatístico somente os dados válidos (as questões não respondidas não foram computadas).

Uma das mudanças principais nesta edição foi a ampliação do detalhamento e do espaço dedicado à Inovação, que era reportada junto com o bloco de acesso e cuidados e passou agora a ter um capítulo próprio. Pela importância que a inovação tem para o setor farmacêutico, tornou-se necessário aprofundar o conhecimento sobre como ela ocorre e verificar quais são os principais obstáculos que as empresas enfrentam para inovar no País.

Os conceitos de inovação de produtos e processos utilizados nesta seção foram extraídos da PINTEC (Pesquisa de Inovação Tecnológica), que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) realiza periodicamente para aferir o grau de inovação da indústria do País.

Da mesma forma, e dada a importância do tema, o presente relatório também expandiu a área de Empregabilidade para levantar informações mais específicas sobre a participação das mulheres no setor.

A coleta de dados se baseou nos *7 Princípios de Empoderamento das Mulheres – Igualdade Significa Negócios*, estabelecidos pela ONU Mulheres e pelo Pacto Global das Nações Unidas. Os questionários incluíram perguntas sobre cada um dos princípios.

Os resultados mostram que ocorreram avanços nessa área nos últimos anos, mas eles ainda são tímidos. Os laboratórios têm um caminho a percorrer para consolidar

a igualdade de gêneros, principalmente em relação à ascensão profissional das mulheres e à oportunidade de ocuparem os postos mais altos no comando das empresas.

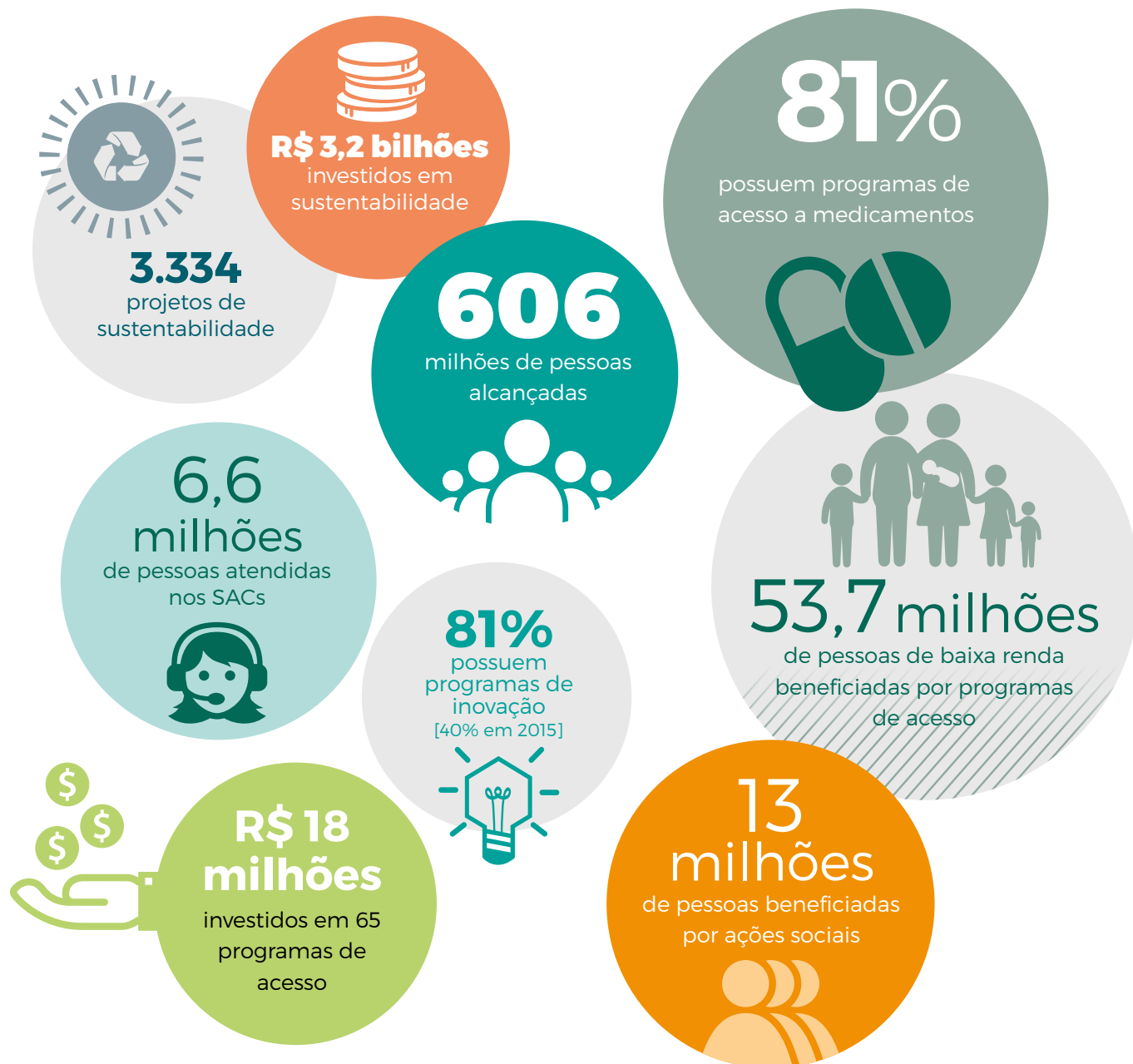
Por fim, este relatório consolida mais uma etapa na construção de um banco de dados sólido e coerente sobre a atuação do setor em suas dimensões social, ambiental e econômica.

Embora o universo das empresas respondentes varie de uma edição para outra, a permanência de um grupo de 15 laboratórios com participação constante em todos os relatórios publicados desde a primeira edição em 2010/Ano Base 2009, – seis no total, incluindo esta edição – gerou uma consistente série histórica que possibilita que esse desempenho seja identificado, mensurado, comparado e aperfeiçoado.

Ali estão registrados as conquistas e desafios enfrentados ao longo desses últimos oito anos, bem como o embrião dos avanços que ainda se fazem necessários e que estão por vir.

Esta é uma inequívoca demonstração de transparência e de compromisso com a sociedade – dois atributos fundamentais no caminho do desenvolvimento sustentável que todos queremos trilhar e ajudar a construir.

# O setor farmacêutico em números





**17%**

de *turnover*  
(rotatividade de  
funcionários)

[Brasil 38,5%]

**212**  
iniciativas de  
empregabilidade**545 mil**  
horas de treinamento  
para funcionários**R\$ 48  
milhões**

investidos em programas  
para colaboradores

**78%**

contam com  
programas de  
diversidade e  
inclusão

**12 milhões**

de unidades de  
medicamentos e vacinas  
doadas

**84%**

têm programas de  
gestão ambiental

**225**

milhões de litros de  
água reciclada

**92%**

têm programas para  
gestão de resíduos

**56**

projetos de meio  
ambiente



## Perfil das empresas

A edição 2017/Ano Base 2016 do Relatório de Sustentabilidade da INTERFARMA reporta os dados apresentados por 28 das 55 empresas que compõem o conjunto dos laboratórios farmacêuticos associados à entidade – o que representa aproximadamente 51% das companhias.

Exceto no Relatório 2014/Ano Base 2013, que contou com 34 respondentes, equivalentes a 62% das associadas, a participação das empresas tem se mantido percentualmente estável ao longo dos anos, perfazendo uma faixa de adesão de 50% a 53%.

Neste ano, o laboratório Leo Pharma integrou pela primeira vez o relatório. Três outras empresas voltaram a reportar seus indicadores após um período de afastamento e a contribuir para a construção do perfil de sustentabilidade do setor. São elas a Amgen, que não participou da edição passada, a Lundbeck, ausente desde 2013, e a Ferring, que apresentou seus dados até 2014.

Em contrapartida, as veteranas Bayer e Zambon, presentes desde o primeiro relatório em 2010/Ano Base 2009, excepcionalmente não enviaram suas informações para a composição do atual

**No último ano, as empresas diversificaram sua área de atuação para ampliar mercado, se diferenciar e se manterem competitivas**

relatório. Galderma, participante de quatro edições anteriores, também não reportou.

A empresa Baxalta reportou seus dados junto com Shire; Genzyme com Sanofi e Stieffel com GSK, grupos aos quais são ligadas.

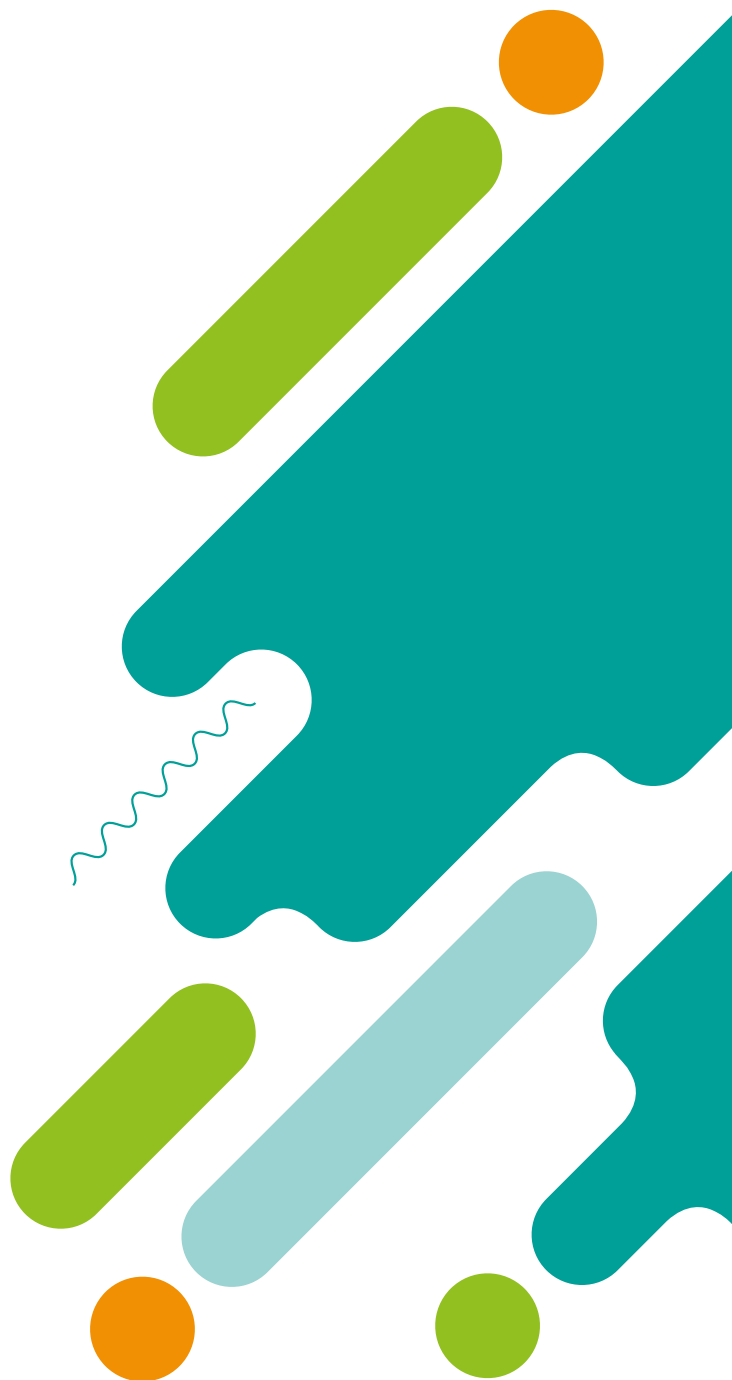
Embora o universo das empresas respondentes varie de uma edição para outra, a permanência de um grupo de 15 laboratórios com participação constante em todos os relatórios publicados, – seis no total, incluindo esta edição – gerou um consistente banco de dados sobre a atuação do setor em suas vertentes econômica, social e ambiental.



Fazem parte desse grupo a Abbott, Astellas, Chiesi, Daiichi-Sankyo, GSK, Lilly, Merck S.A., MSD, Novartis, Novo Nordisk, Pfizer, Roche, Sanofi, Servier e Shire. Outras seis empresas participaram de cinco das seis edições. É o caso da Bayer, Boehringer Ingelheim, Bristol Myers Squibb (BMS), Janssen, Takeda e Zambon.

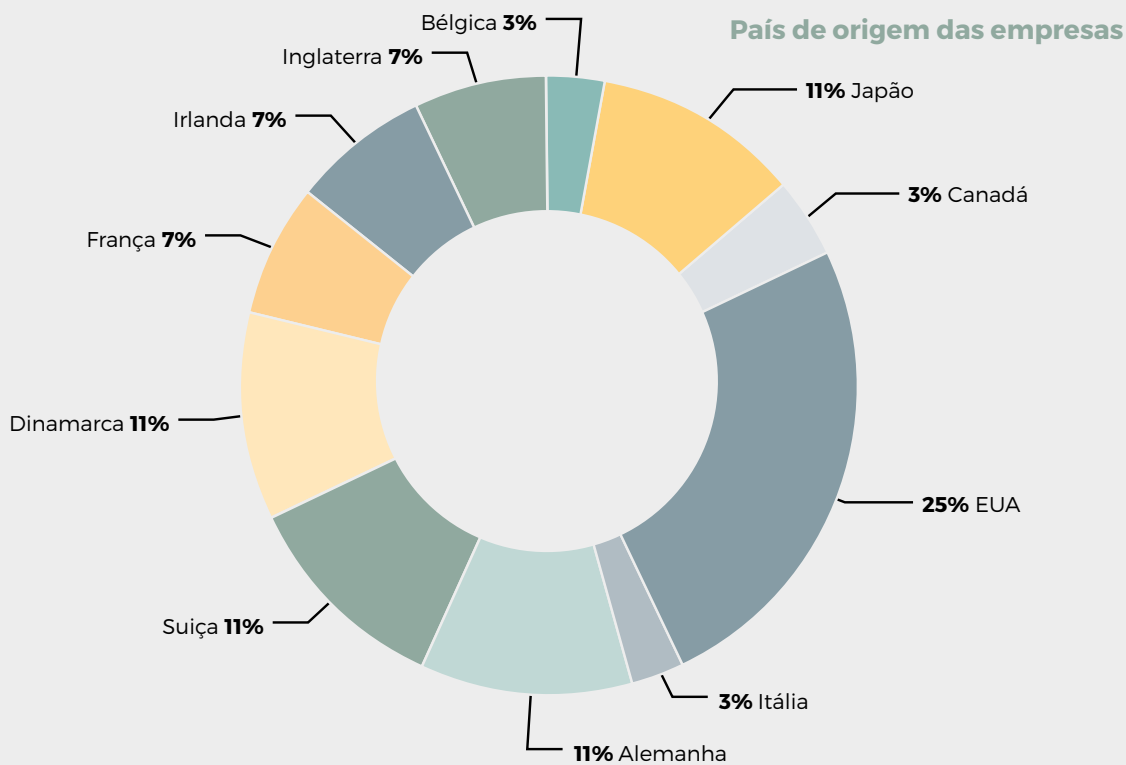
### Empresas participantes do relatório

- |                        |                |
|------------------------|----------------|
| ▶ Abbott               | ▶ Janssen      |
| ▶ AbbVie               | ▶ Leo Pharma   |
| ▶ Allergan             | ▶ Lilly        |
| ▶ Amgen                | ▶ Lundbeck     |
| ▶ Astellas             | ▶ Merck S.A.   |
| ▶ Besins               | ▶ MSD          |
| ▶ Bristol-Myers Squibb | ▶ Novartis     |
| ▶ Boehringer Ingelheim | ▶ Novo Nordisk |
| ▶ Celgene              | ▶ Pfizer       |
| ▶ Chiesi               | ▶ Roche        |
| ▶ Daiichi Sankyo       | ▶ Sanofi       |
| ▶ Ferring              | ▶ Servier      |
| ▶ GlaxoSmithKline      | ▶ Shire        |
| ▶ Grünenthal           | ▶ Takeda       |



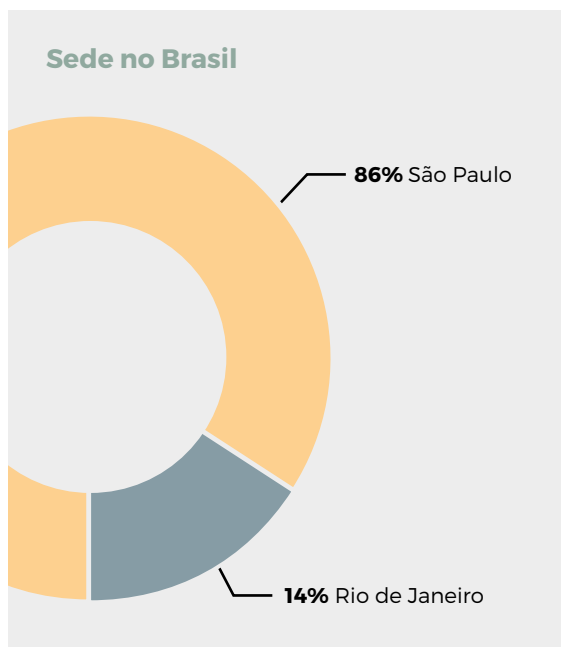
## Origem das empresas

As 28 companhias respondentes deste relatório são multinacionais, provenientes de 11 países. Sete têm sede nos Estados Unidos e três estão na Alemanha, o mesmo número de empresas que possuem matrizes na Dinamarca, Japão e Suíça. França, Inglaterra e Irlanda sediam dois laboratórios cada, enquanto que três deles são oriundos da Bélgica, Canadá e Itália.



## Plantas industriais e sede no Brasil

As empresas participantes estão sediadas principalmente em dois Estados: São Paulo (24 companhias) e Rio de Janeiro (4 companhias). 64% dos laboratórios (18 empresas) possuem fábrica no País. No total, eles operam 24 plantas, das quais 17 encontram-se em São Paulo e quatro no Rio de Janeiro. Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul abrigam uma fábrica cada um.

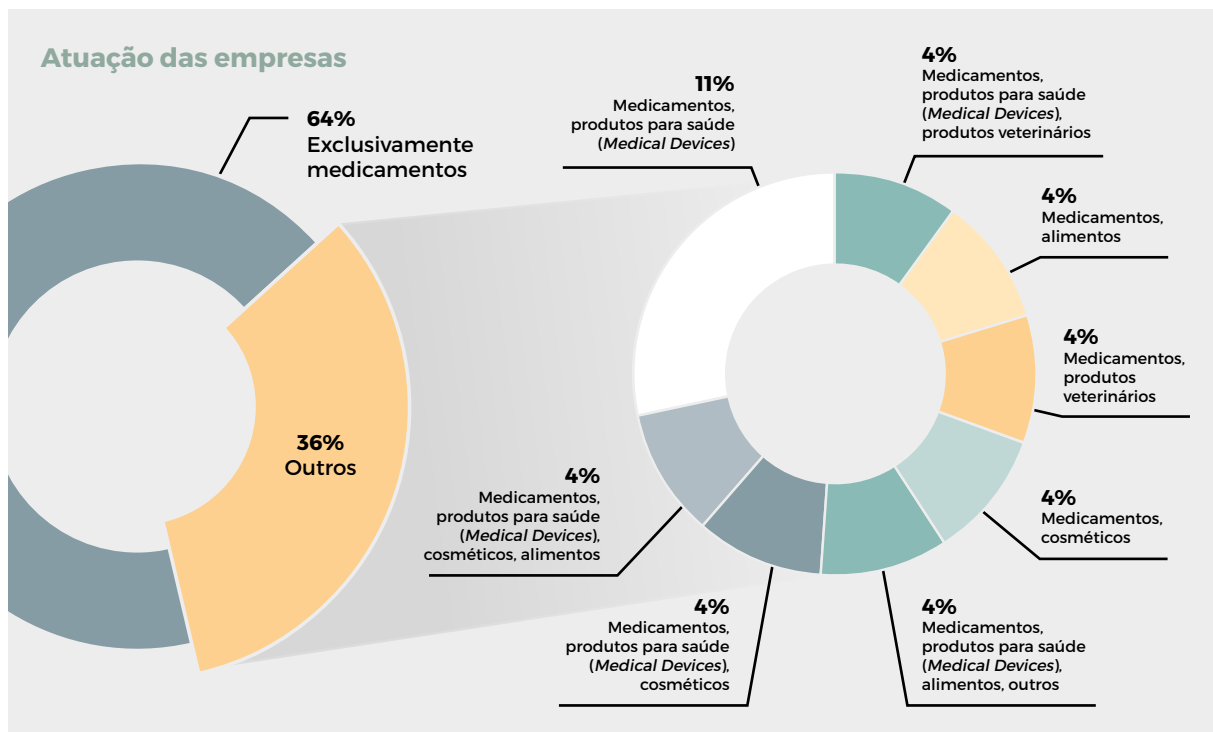


## Áreas de atuação

A totalidade das empresas participantes do relatório atuam na área farmacêutica, mas 36% operam também em outros segmentos de mercado. Medicamentos é o “core business” exclusivo de 64% dos laboratórios. 11% também têm negócios com produtos para saúde (*Medical Devices*) e 28% informaram atuar ainda em áreas como cosméticos, alimentos e saúde animal. Para responder a essa questão, as empresas puderam escolher mais de uma alternativa.

Esse resultado demonstra que, no último ano, as empresas diversificaram sua atuação. É possível que, diante das dificuldades econômicas do Brasil, essa tenha sido a estratégia adotada para poderem ampliar mercado, se diferenciar e se manterem competitivas.

Para se ter um comparativo, em 2015, 85% dos laboratórios atuavam exclusivamente na área farmacêutica.



## Número de funcionários e porte das empresas

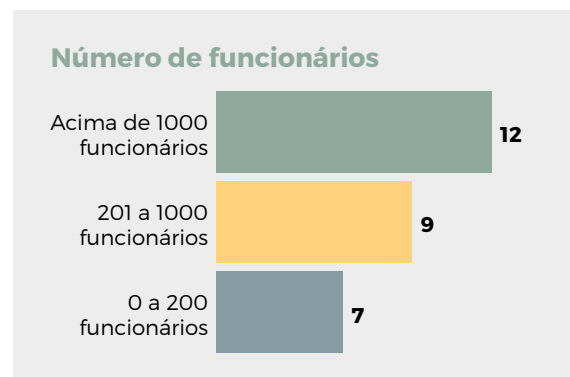
As 28 empresas respondentes empregaram um contingente de 24.119 funcionários em 2016. Em comparação com o ano anterior, houve uma queda de aproximadamente 20% no total de trabalhadores na ativa – 5.844 pessoas a menos.

Esse indicador tanto pode ser explicado pela diminuição no número de empresas que aderiram a este relatório – foram 30 em 2015 – quanto pela retração econômica que afetou o desempenho das companhias no ano passado. Ou ainda por uma somatória de ambos os fatores.

Considerando-se, no entanto, o número de colaboradores como parâmetro, a maioria dos laboratórios farmacêuticos são de grande e médio porte, ao contrário

do que ocorre em outros segmentos da saúde, -como o de *Medical Devices*, por exemplo, no qual 80% das empresas são de pequeno porte.

Entre as empresas que reportaram dados, 42% possuem mais de 1 mil funcionários; 32% empregam entre 201 e 1 mil funcionários e 25% contam com até 200 funcionários.



### Porte das empresas

#### 0 a 200 funcionários

- ▶ Astellas
- ▶ Besins
- ▶ Celgene
- ▶ Ferring
- ▶ Grunenthal
- ▶ Leo Pharma
- ▶ Lundbeck

#### 201 a 1000 funcionários

- ▶ AbbVie
- ▶ Allergan
- ▶ Amgen
- ▶ Bristol-Myers Squibb
- ▶ Chiesi
- ▶ Daiichi-Sankyo
- ▶ Lilly
- ▶ Servier
- ▶ Shire

#### Acima de 1000 funcionários


- ▶ Abbott
- ▶ Boehringer
- ▶ GSK
- ▶ Janssen
- ▶ Merck S.A.
- ▶ MSD
- ▶ Novartis
- ▶ Novo Nordisk
- ▶ Pfizer
- ▶ Roche
- ▶ Sanofi
- ▶ Takeda

# Inovação na indústria farmacêutica

Neste Relatório 2017, a INTERFARMA decidiu ter um olhar mais detalhado e aprofundado sobre como a inovação ocorre no setor farmacêutico de pesquisa. A inovação é inerente a este segmento e crítica para a sobrevivência, competitividade e expansão das empresas. Devido à sua importância, o tema passou a contar, a partir desta edição, com um capítulo exclusivamente dedicado a ele.

Os conceitos de inovação utilizados para a formulação das perguntas desse bloco são os mesmos que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) adota na PINTEC, a pesquisa que realiza a cada três anos para aferir a inovação nas indústrias brasileiras.

Eles abrangem inovação de produtos (bens ou serviços) e de processos. Buscou-se saber também se eram novos ou significativamente aperfeiçoados e sua relação com os mercados local e mundial. Em ambas as categorias, não foram incluídas as mudanças estéticas ou de estilo, no caso de produtos, nem as alterações pequenas ou rotineiras, no caso de processos.



**Os investimentos em inovação cresceram 67%, elevando-se de R\$ 86 milhões em 2015 para R\$ 143,5 milhões no ano passado.**

Embora inovação seja a palavra de ordem da época em que vivemos – e muitos especialistas vaticinam que devemos nos preparar para mudanças rápidas e abrangentes nos negócios e em nossas vidas pessoais -, 2016 não foi um bom ano para o Brasil neste quesito.

O País estagnou e continuou ocupando a 69ª posição – de um total de 130 economias – no Índice Global de Inovação elaborado anualmente pela Universidade de Cornell, escola de negócios *Insead* e Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

No que diz respeito especificamente à indústria farmacêutica, o Brasil ocupa o 15º lugar no *ranking* mundial de pesquisas clínicas, embora seja o oitavo mercado do mundo, segundo dados da INTERFARMA. Esses indicadores discrepantes revelam que o País ainda enfrenta entraves para a promoção desses estudos, entre eles a morosidade dos órgãos regulatórios e a dupla validação das pesquisas pelo sistema CEP/CONEP, que engloba os Comitês de Ética em Pesquisa e a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa.

Essa situação que se arrasta há muitos anos tem deixado o País, inúmeras vezes, à margem de estudos globais importantes, embora o Brasil tenha reconhecidamente capital humano e instituições de excelência capazes de contribuir com eles.

A despeito dessas barreiras que impactam diretamente o setor farmacêutico e de

outras mais estruturais, decorrentes da escalada da crise econômica e política no ano passado, o levantamento realizado para este relatório trouxe à tona dados positivos: em 2016, a indústria farmacêutica ampliou substancialmente suas atividades inovativas.

81% dos laboratórios desenvolveram programas de inovação no ano passado – o dobro do índice registrado em 2015. Os dispêndios, mais comedidos em algumas outras áreas, cresceram 67%, elevando-se de cerca de R\$ 86 milhões em 2015 para R\$ 143,5 milhões no ano passado.

Importante ressaltar que, de todas as áreas pesquisadas neste documento, a de Inovação foi uma das duas em que o setor mais avançou em 2016. A outra, não por acaso, considerando-se a conjuntura nacional, foi a de *Compliance*.

A ampliação dos investimentos em inovação confirma uma tendência detectada também na edição 2017 do anuário *Valor Inovação Brasil* (relatório produzido pela *Strategy&*, consultoria estratégica do Network PwC, e o jornal *Valor Econômico*), que pesquisou 150 companhias de 18 setores, entre eles o farmacêutico.

De acordo com a publicação, entre os 10 setores que mais investem em inovação, o farmacêutico ocupa o topo do *ranking*, superando áreas também muito inovadoras, como as de Tecnologia da Informação e Telecomunicações – respectivamente a segunda e terceira da lista.

## 74% dos laboratórios implementaram programas locais de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D).

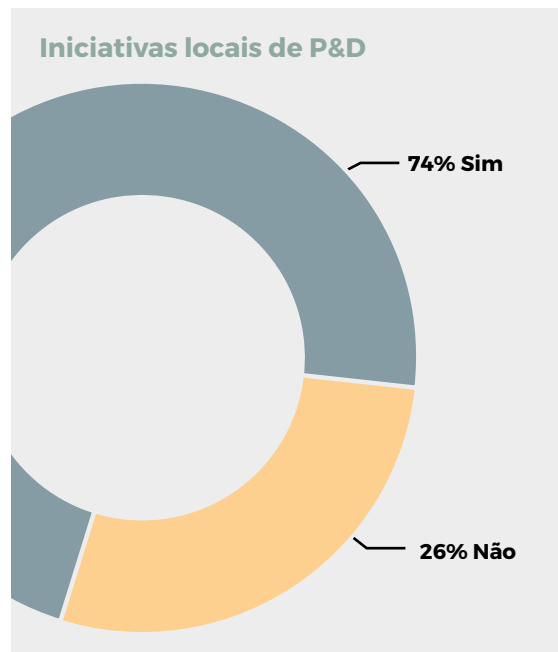
Segundo análises da consultoria *Strategy&*, parceira do estudo do Valor, em 2016 as 150 empresas mais inovadoras mantiveram ou ampliaram a dotação de recursos para essa área com o objetivo de sair da crise econômica ou reduzir seus impactos.

Neste grupo pesquisado pelo Valor, a inovação aparece entre as três prioridades estratégicas de 85% das companhias; para 20% delas a inovação é a principal estratégia para manter a competitividade – o que demonstra que o tema ganha cada vez mais relevância, por mais desafiador que seja o cenário externo.

Os resultados obtidos no Relatório INTERFARMA detalham esse movimento da indústria farmacêutica e mostram que, paralelamente à ampliação dos recursos destinados à inovação, aumentou o percentual de laboratórios que desenvolveram iniciativas locais de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). Foram 74% no ano passado contra 67% em 2015.

Se considerarmos, no entanto, o total de programas e projetos de inovação desenvolvidos em 2016, veremos que ocorreu uma queda expressiva: foram 798 projetos em 2015 e apenas 288 no ano passado. Desses, 171 estão relacionados à inovação de produtos e 117 à inovação de processos.

Um dos fatores que influenciou esse resultado foi a redução do número de estudos clínicos de terceiros patrocinados pelas empresas, que passou de 322 em 2015 para 114 em 2016. Os estudos clínicos próprios também declinaram, mas em menor proporção: eram 215 há dois anos e 189 no ano passado.



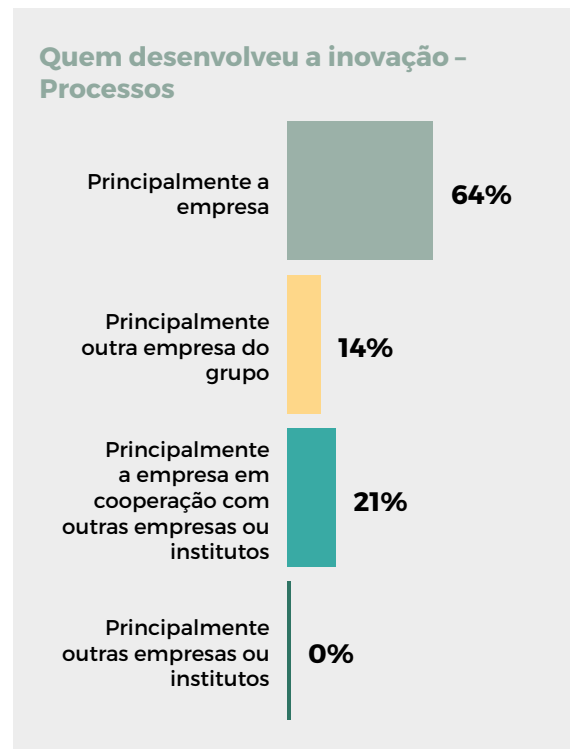


Uma explicação plausível para esses indicadores aparentemente contraditórios é a possibilidade de as empresas terem estreitado o foco de suas atividades de inovação, em vez de pulverizá-las em várias iniciativas. Elas optaram também por reduzir investimentos em projetos de terceiros.

Outros indicadores do relatório reforçam esta última tendência. O levantamento revela que, no ano passado, os laboratórios desenvolveram 10 novos produtos – exatamente o dobro da marca alcançada em 2015. A maioria das empresas (71%) viabilizou essas atividades internamente e apenas 29% promoveram um desenvolvimento conjunto com outras empresas ou institutos.



O mesmo fenômeno foi observado em relação à inovação em processos. 64% das respondentes disseram ter alavancado suas melhorias em processos dentro das próprias companhias e apenas 21% em cooperação com outras empresas ou institutos.



Esses resultados caminham na direção contrária do que foi identificado no grupo de empresas consultadas pelo *Valor Inovação*: 67% fomentam parcerias regulares com agentes externos como instituições tecnológicas e de pesquisa, universidades e outras organizações, como forma de obter *expertises* e mitigar investimentos e riscos.

Outras optam pelo chamado “*corporate venture capital*”, modelo no qual grandes empresas financiam *startups* e que, no Brasil, é utilizado principalmente pelos segmentos bancário e de TI.

Se analisarmos como os recursos para inovação foram alocados no ano passado, veremos que existe um alinhamento entre os resultados obtidos neste relatório e os achados das últimas pesquisas PINTEC do IBGE. 69% das empresas farmacêuticas investiram na inovação de processos em 2016, 50% em produtos e 23% em ambos.

Já o IBGE, por sua vez, destaca com base nos últimos levantamentos da PINTEC – o mais recente datado de 2014 – que o predomínio da inovação em processos sobre a de produtos é uma característica das inovações realizadas no Brasil.

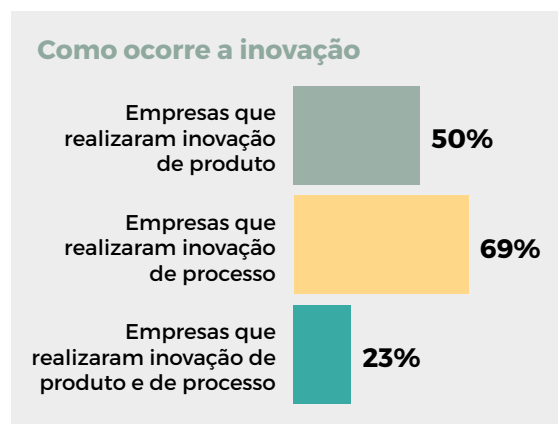
A análise do tipo de inovação realizada pelos laboratórios revela ainda que ela foi prioritariamente de caráter incremental. Isso ocorreu também com as 150 empresas mais inovadoras pesquisadas pelo *Valor*.

44% das associadas da INTERFARMA investiram no aperfeiçoamento de produtos e 39% melhoraram processos. Já no levantamento do *Valor*, 59% dos recursos aplicados em inovação foram direcionados para o aprimoramento de bens, serviços ou processos existentes.

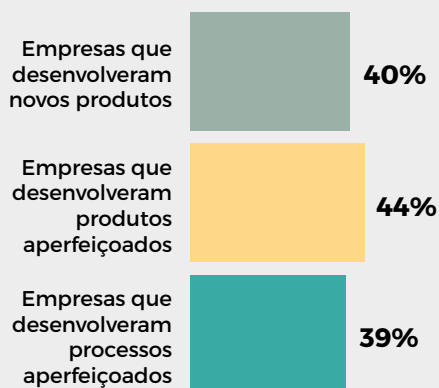
No entanto, quando analisamos os esforços e recursos direcionados pelos laboratórios a inovações radicais, o setor farmacêutico se diferencia e assume a dianteira em relação a outros segmentos de mercado.

40% dos participantes deste relatório disseram ter promovido esse tipo de inovação em 2016, dedicando-se ao desenvolvimento de novos produtos. Como medida de comparação, isso ocorreu com apenas 14% das empresas de todos os setores pesquisados pelo *Valor Inovação Brasil*.

Para responder a essas perguntas as associadas da INTERFARMA puderam escolher mais de uma opção.



### Caráter da inovação

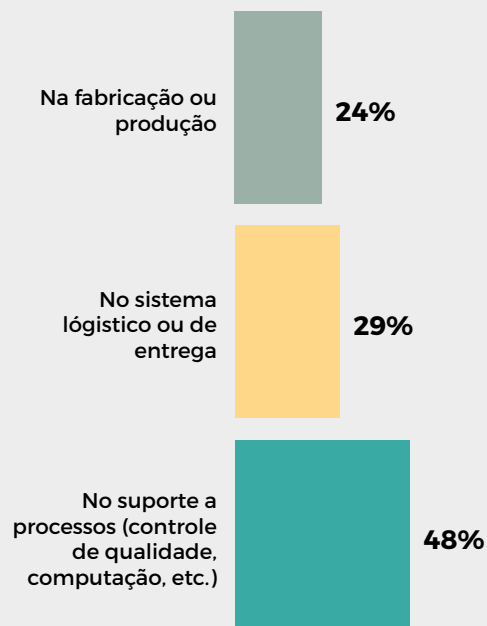


Conforme a classificação do IBGE, as inovações de processo referem-se à introdução de novos ou substancialmente aprimorados métodos de produção, mudanças na logística interna de movimentação de insumos e produtos e de incrementos nas atividades de apoio à produção que, na indústria, envolvem mudanças nas técnicas, máquinas, equipamentos ou softwares.

No caso do setor farmacêutico, as inovações de processo consideradas mais relevantes para as empresas respondentes estão relacionadas a este último item – as atividades de suporte. Fazem parte desse grupo alterações nos sistemas para planejamento e controle da produção, medição de desempenho, controle da qualidade e ações ligadas à infraestrutura de TI, entre outras.

Esse tipo de inovação foi implementado por 48% das empresas respondentes. 29% dos laboratórios introduziram mudanças totalmente novas ou substancialmente aprimoradas no sistema logístico ou de entrega, enquanto 24% atuaram diretamente no processo de fabricação.

### Onde ocorre a inovação de processos



## Obstáculos à inovação

Das 21 empresas que desenvolveram projetos de inovação, 65% disseram ter enfrentado dificuldades, decorrentes principalmente de questões regulatórias (35%), dos custos elevados da inovação (19%) e da demora em aprovar as pesquisas clínicas (12%). Atualmente, o tempo de espera para aprovação de pesquisas clínicas no Brasil está em torno de 12 meses. A média na América Latina é de 4 a 5 meses.

35% das empresas que inovaram não conseguiram finalizar seus projetos em 2016. Outros sete projetos foram abandonados pelas companhias no decorrer do processo.

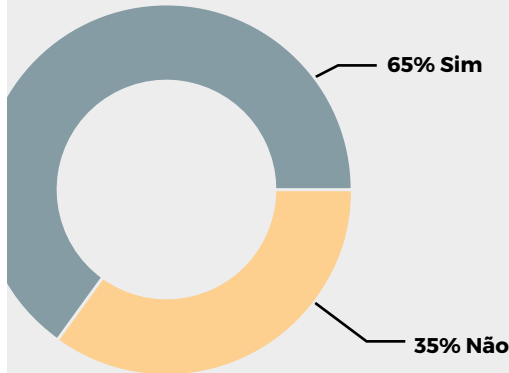
As dificuldades regulatórias também foram as principais causas que inviabilizaram projetos, levando os laboratórios a interrompê-los ou abandoná-los. Esse obstáculo foi apontado por 35% das empresas, que citaram ainda demora em aprovar as pesquisas clínicas (10%) e custos elevados da Inovação (10%).

Entre as empresas que não inovaram em 2016, 11% responderam que já haviam inovado antes e um percentual equivalente atribuiu o fato de não inovar às condições de mercado. Para as 78% restantes, no entanto, os principais entraves também resultaram de uma combinação de questões burocráticas e econômicas.

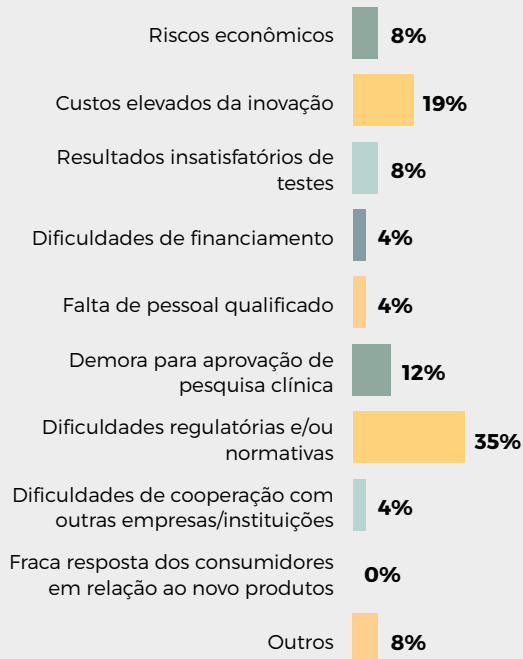
**Questões burocráticas e econômicas foram os principais entraves à inovação, dificultando o processo para empresas que inovaram, provocando interrupção e abandono de projetos e levando algumas a desistir de inovar em 2016.**

Nesse grupo, 36% atribuiu a decisão de não inovar a dificuldades regulatórias. 18% apontou como causa a demora em aprovar a pesquisa clínica; 18% esbarrou em dificuldades de financiamento e outro percentual igual creditou o problema aos custos elevados da inovação.

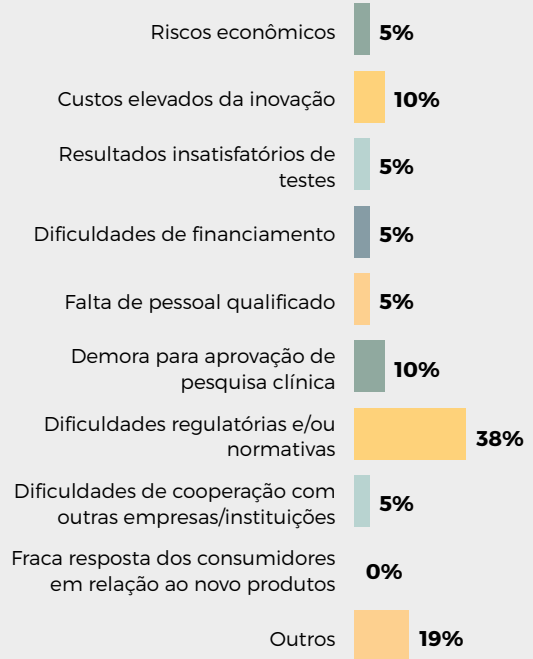
### Empresas que inovaram, mas enfrentaram dificuldades



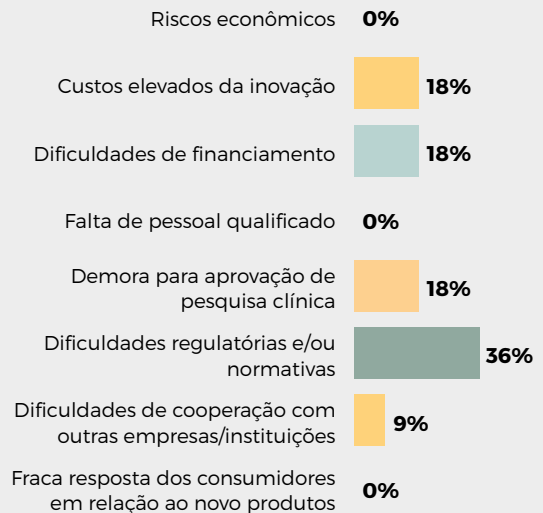
### Dificuldades enfrentadas por empresas que inovaram



### Principais causas de abandono ou interrupção de projetos



### Por que as empresas não inovaram



# Acesso e cuidados com o paciente

**As ações para ampliar o acesso a medicamentos alcançaram 526 milhões de pessoas por meio de atendimento nos SACs e 58 campanhas de prevenção e conscientização.**

Os dois tópicos abordados nesta seção, Maximização do acesso a terapias e Estímulo ao uso racional de medicamentos, fazem parte dos Indicadores FarmaSustentável, um índice de sustentabilidade específico para o setor farmacêutico.

Acesso e uso correto de medicamentos são dois temas críticos, que têm recebido atenção cada vez maior por parte de gestores e de todos os segmentos envolvidos com a área farmacêutica devido ao grande impacto que exercem

na resolutividade das ações de saúde – ou seja, em sua capacidade de acolher e possibilitar um bom desfecho.

## Maximização do acesso a terapias

Atingir a cobertura universal de saúde, incluindo o acesso a serviços de saúde essenciais e a medicamentos e vacinas seguros, eficazes, de qualidade e a preços acessíveis para todos, é uma das metas relacionadas aos 17 Objetivos que integram a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU).

O acesso a medicamentos está vinculado ao objetivo de assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades. O documento foi assinado pelos países membros em setembro de 2015, inclusive o Brasil, que se comprometeram a implementar 169 metas até 2030.

Solucionar essa questão ainda é um grande desafio para integrantes da cadeia de saúde no mundo inteiro. No Painel de Alto Nível do Secretário-Geral das Nações Unidas sobre Acesso a Medicamentos,

realizado no ano passado, os participantes destacaram a necessidade de um acordo global e de novas estratégias para reduzir a lacuna entre inovação e acesso, para que todos possam se beneficiar dos avanços médicos que melhoraram consideravelmente milhões de vidas em toda parte nos últimos cem anos.

**Os programas de acesso visam orientar a população sobre cuidados e prevenção, apoiar a detecção de doenças, facilitar o acesso a medicamentos e ao sistema de saúde e contribuir para maior adesão dos pacientes aos tratamentos.**

Os esforços da indústria farmacêutica em prol da ampliação do acesso cresceram substancialmente no último ano. Entre as empresas participantes deste relatório, **81% possuem programas de acesso a medicamentos** – o índice mais elevado

desde 2013, quando **78% dos laboratórios afirmaram desenvolver projetos com essa finalidade.**

Esse resultado reverte uma curva descendente que se acentuou em 2014 e 2015, quando a atuação do setor nesse quesito mobilizou respectivamente 67% e 57% das empresas.

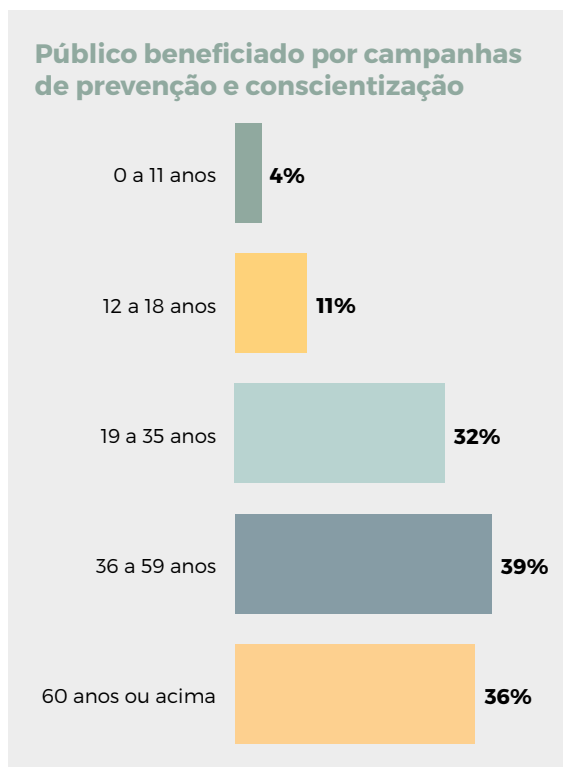
Os investimentos também se ampliaram no ano passado, totalizando R\$ 18,3 milhões – cerca de 25% a mais do que as empresas destinaram há dois anos (R\$ 14,8 milhões). O levantamento revelou que essa tendência se refletiu ainda no aumento das iniciativas para ampliação do acesso, que passaram de 44 em 2014 para 50 em 2015 e 65 no ano passado.

Entre os principais objetivos dos programas de acesso estão orientar a população sobre cuidados e prevenção, apoiar a detecção de doenças, facilitar o acesso a medicamentos, otimizar o fluxo de novos pacientes ao sistema de saúde e contribuir para maior adesão aos tratamentos.

Ao todo, as ações direcionadas a acesso alcançaram 526,3 milhões de pessoas por meio de 58 campanhas de prevenção e conscientização para promoção da saúde. Neste total, estão contabilizados também os impactos gerados pela imprensa e mídias sociais – dois canais bastante utilizados pelos laboratórios para se aproximar da população. As faixas etárias

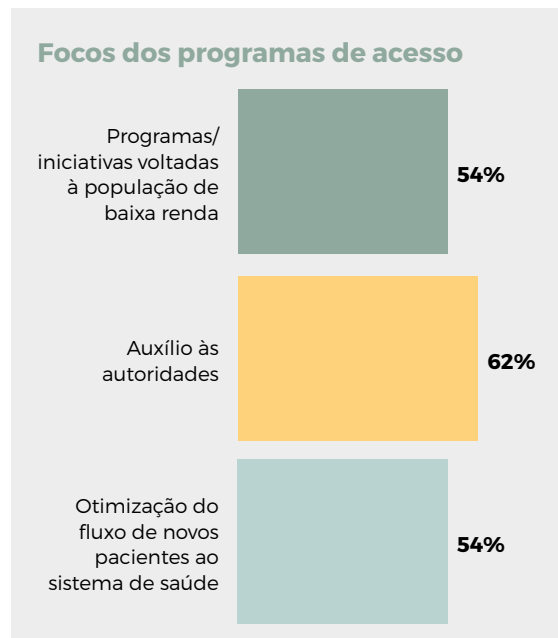
a partir dos 19 anos foram os públicos-alvo prioritários dessas campanhas.

Três focos principais nortearam a atuação das empresas para ampliar o acesso da população a medicamentos: 62% auxiliaram as autoridades federais, estaduais e municipais na gestão dos recursos destinados aos programas públicos de assistência farmacêutica.

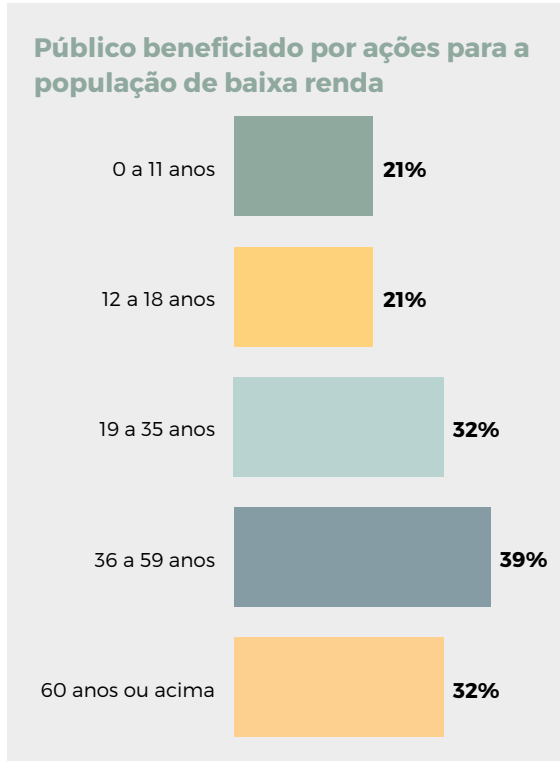


54% optaram pela realização de campanhas de prevenção e conscientização utilizando recursos variados, como ações de rua e divulgação na imprensa e nas mídias digitais.

Outro percentual equivalente de laboratórios centrou sua atuação na população de baixa renda, beneficiando um total de 53,7 milhões de pessoas – mais que o triplo dos resultados obtidos em 2015 (15,6 milhões de pessoas). Essas iniciativas atingiram praticamente todas as faixas etárias, com discreta priorização do público de 36 a 59 anos.







Como parte dos programas de acesso, 84% das empresas pesquisadas contaram com canais específicos de contato com pacientes e 76% afirmaram conhecer suas demandas e das Organizações Não Governamentais (ONGs) que os representam.

Os SACs (Serviços de Atendimento ao Consumidor) desempenham uma função crucial nos programas de acesso. Apenas no último ano 6,6 milhões de pessoas entraram em contato com esse canal – cerca de 1 milhão a mais que no ano anterior.

**Os programas para promover o uso correto de medicamentos se estenderam a todos os públicos: usuários, distribuidores, profissionais de saúde e os que atuam no varejo**

### **Estímulo ao uso racional de medicamentos**

A Organização Mundial da Saúde (OMS) lançou no início do ano de 2017 a iniciativa global “Medicação sem Danos”, para reduzir em 50% os danos graves e evitáveis associados a medicamentos. A meta é alcançar esse resultado ao longo dos próximos cinco anos.

Segundo a OMS, os erros de medicação causam pelo menos uma morte por dia e prejudicam cerca de 1,3 milhão de pessoas ao ano apenas nos Estados Unidos. Mundialmente, o custo anual associado aos erros de medicação foi estimado em US\$ 42 bilhões – cerca de 1% das despesas totais de saúde no mundo.

A entidade estima que 50% de todos os medicamentos são prescritos, dispensados ou usados inadequadamente. Já o Instituto para Práticas Seguras no Uso de Medicamentos (ISPM) afirma que os erros de medicação correspondem a 30% dos erros cometidos em hospitais e na atenção primária.

Ainda de acordo com a OMS, tanto a falta de medicamentos quanto o uso inadequado – como a automedicação, por exemplo – resultam em morbidade e mortalidade, particularmente nos casos de doenças infecciosas da infância e de doenças crônicas como hipertensão e diabetes.

Essa situação produz ainda um efeito colateral econômico, afetando os pacientes e os sistemas de saúde, que arcam com custos decorrentes do uso irracional de medicamentos.

Nos últimos anos, a OMS tem também chamado a atenção do mundo para um problema que está aumentando e cuja solução é extremamente complexa e cara: o uso excessivo e indiscriminado de antibióticos, que está provocando resistência a essa classe de medicamentos (o fortalecimento das bactérias), tornando mais difícil o controle de infecções.

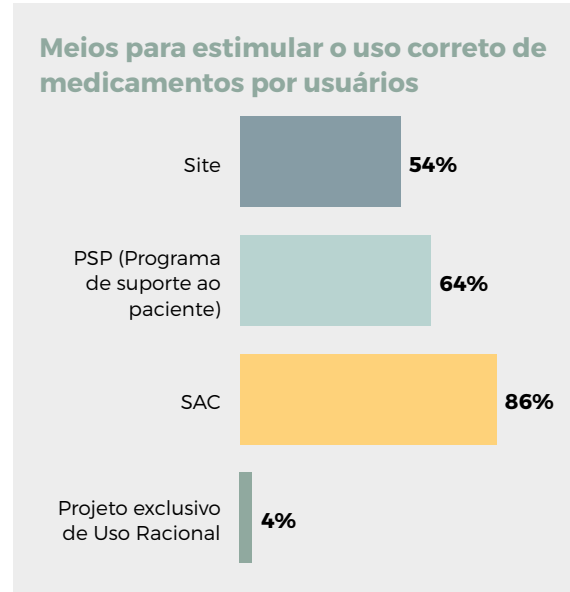
O levantamento realizado para este relatório revelou que 83% das empresas respondentes possuem programas voltados ao uso racional de medicamentos, destinados a estimular o uso, a prescrição e a venda responsáveis. Ao todo, foram desenvolvidos 55 projetos com essa finalidade, desdobrados em várias ações, para os quais os laboratórios aportaram cerca de R\$ 18 milhões.

Em comparação com 2015, quando foram investidos aproximadamente R\$ 25,5 milhões, houve uma retração de recursos e projetos. No entanto, eles beneficiaram 5,9 milhões de pessoas – 1 milhão a mais que naquele período.

Assim como em anos anteriores, as ações para promover o uso correto de medicamentos se estenderam a todos os públicos da cadeia de medicamentos: informações para usuários (foco de 88% das empresas), educação para profissionais de saúde (83%), orientações a distribuidores (55%) e capacitação de profissionais do varejo (33%).



O SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) foi o principal meio de contato dos laboratórios com usuários de medicamentos, utilizado por 88% das empresas. Programas de suporte ao paciente (64%) e sites (54%) complementaram os esforços para estimular o uso correto das medicações. Juntos, esses canais alcançaram 6,4 milhões de pessoas no ano passado.



Os profissionais de saúde, segundo polo mais importante das iniciativas de uso racional implementadas pelas empresas, foram alvo de 1.242 programas educacionais – cerca de um terço do que promoveram em 2015. Ainda assim, aproximadamente 200 mil profissionais foram alcançados por essas ações.

Em 2016, as empresas reduziram também os programas de orientação a distribuidores, – que caíram de 123 em 2015 para apenas 10 no ano passado, contatando 292 pessoas – e a profissionais de varejo. Para esse grupo, o setor implementou 24 programas que, embora menos numerosos do que em 2015, atingiram quase o dobro de pessoas – 84,4 mil no ano passado, em comparação com pouco menos de 50 mil há dois anos.

# Investimentos Sociais Privados

**Apesar das crises do país terem afetado os investimentos em ISP, as ações sociais do setor beneficiaram mais de 13 milhões de pessoas, população maior que a da cidade de São Paulo**

2016 não foi um ano particularmente bom para o setor farmacêutico no tocante aos Investimentos Sociais Privados (ISP). O número de iniciativas caiu de 415 em 2015 para 142 no ano passado – o índice mais baixo desde 2012. E os aportes de recurso somaram R\$ 11,5 milhões – redução de 60% na comparação com o ano anterior.

Esse não foi um fenômeno registrado apenas na indústria farmacêutica. Segundo o estudo *Estágios da Sustentabilidade Corporativa 2016*, realizado pelo Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral

com 465 empresas no final do ano passado, o aprofundamento das crises econômica e ética levaram as empresas a reduzir em mais de 30% seu engajamento em filantropia e doações e a investir em outras áreas.

O levantamento da Dom Cabral aponta que, em decorrência desse cenário, as companhias deslocaram seus investimentos principalmente para P&D, o que também ocorreu com os laboratórios farmacêuticos. E, no caso das respondentes do relatório INTERFARMA, direcionaram suas dotações orçamentárias ainda para ampliar as áreas relacionadas à *Compliance* e anticorrupção.

Olhando para o lado positivo da questão, a boa notícia é que, apesar das adversidades estruturais, as ações sociais do setor farmacêutico beneficiaram cerca de 13,3 milhões de pessoas – uma população maior que a da cidade de São Paulo.

O número de empresas com programas de ISP se manteve praticamente estável, caindo ligeiramente de 77% para 73% em relação a 2015, o que demonstra que a área conseguiu permanecer relevante para a direção das empresas.

Se fizermos um comparativo com o não tão longínquo ano de 2013, veremos que apenas 59% das empresas tinham projetos de ISP naquela época e que, desde então, essa área teve um crescimento de 25% no setor.

Um discreto progresso que emergiu do relatório está relacionado com o aumento das empresas que possuem indicadores para monitoramento dos projetos sociais, que subiu de 40% em 2015 para 48% no ano passado. Essa prática, ainda incipiente no País, é importante para que as empresas possam avaliar os resultados das suas ações sociais, corrigir rumos quando necessário e definir os próximos passos. Ou seja, tornar seus programas mais eficientes e produtivos, econômica e socialmente.

No cômputo geral, no entanto, não restam dúvidas de que os laboratórios ainda podem avançar bastante no que diz respeito aos Investimentos Sociais Privados. Os dispêndios são pequenos quando comparados ao aporte de R\$ 3 bilhões feito pelas 113 empresas ligadas ao GIFE – Grupo de Institutos Fundações e Pesquisas que responderam ao Censo 2014 da entidade (o último dado disponível sobre o tema).

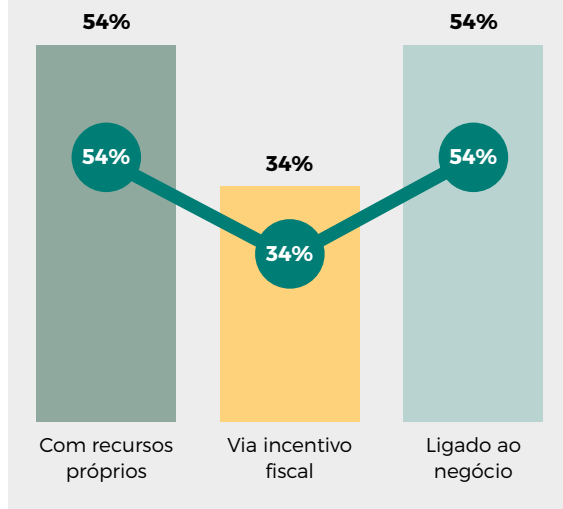
## Modalidades de Investimento Social Privado

Como nos anos anteriores, foram analisadas neste documento três dimensões de ISP: os projetos desenvolvidos com recursos desembolsados pelas próprias empresas; os que utilizaram incentivos fiscais como a Lei Rouanet; e os projetos ligados ao negócio – aqueles que beneficiaram direta ou indiretamente consumidores potenciais dos produtos das empresas.

No decorrer do ano passado, as empresas priorizaram em igual proporção duas modalidades de ISP: as iniciativas que demandaram recursos próprios mas não tinham relação com o nicho de atuação e as ações diretamente voltadas para o consumidor potencial dos negócios da empresa. Mantendo uma tendência registrada também nos anos anteriores, o investimento por meio de incentivos fiscais foi o que menos atraiu o setor.

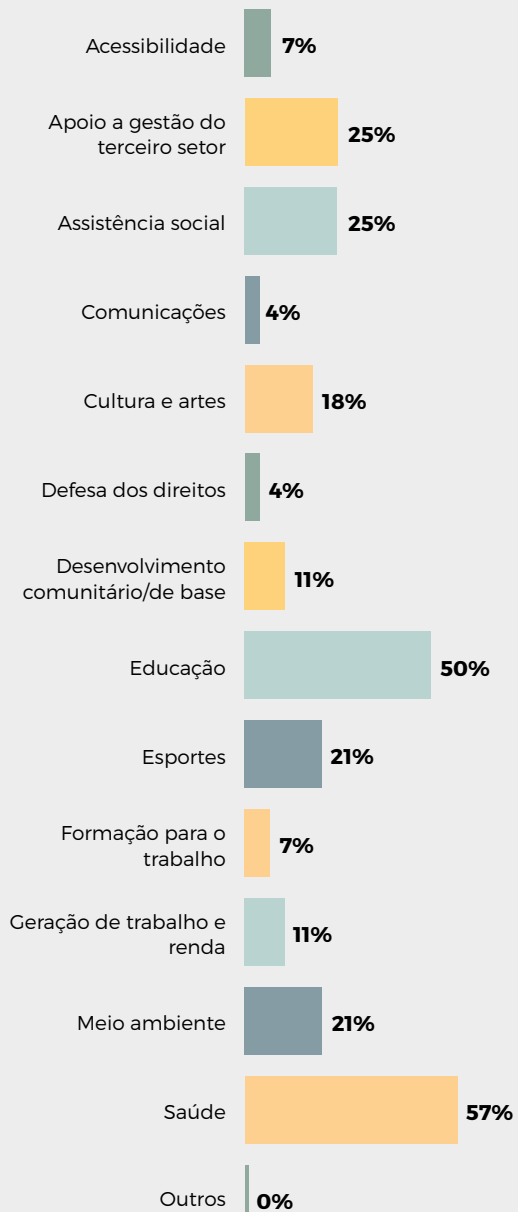
Aqui cabe uma observação: em 2015, apenas um tipo de ISP prevaleceu sobre os demais, o investimento ligado ao negócio, que respondeu por 57% das iniciativas. Em um ano marcado por grande retração econômica como aquele, as empresas optaram claramente por ampliar e fidelizar sua base de clientes. Já no ano passado, ocorreu uma mudança de paradigma. Embora a situação do Brasil continuasse difícil, as empresas conseguiram diversificar seu escopo de atuação.

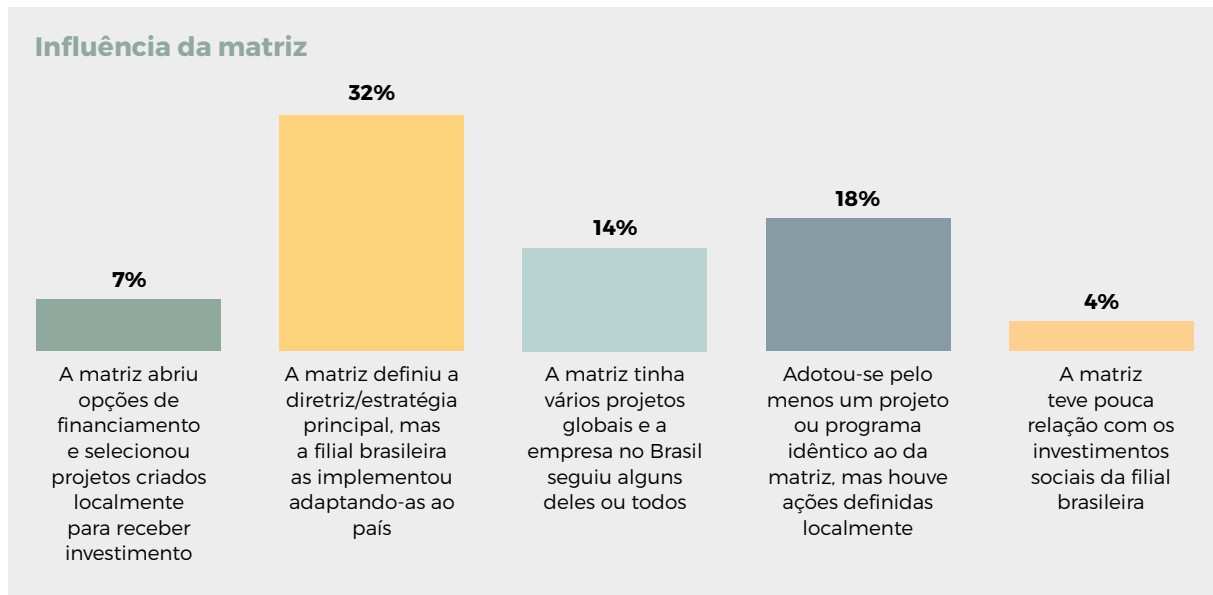
### Número de projetos conforme o tipo de investimento



**Saúde, educação e assistência social são as áreas que lideram tradicionalmente os investimentos sociais do setor**

### Focos de ISP





Desde que o primeiro relatório da INTERFARMA foi publicado em 2010/Ano Base 2009, os investimentos sociais corporativos do setor são tradicionalmente direcionados para três áreas: saúde, que sempre assumiu a liderança das ações e, em segundo lugar, uma alternância entre educação e assistência social.

Em 2016 esse padrão se manteve. 57% das empresas atuaram na área da saúde; educação foi o foco de 50% das iniciativas e assistência social dividiu a terceira colocação com ações de apoio à gestão de entidades do Terceiro Setor (25% cada uma).

O levantamento mostra ainda que em 48% das empresas as ações de ISP sofreram algum tipo de influência da matriz, principalmente na definição da diretriz ou estratégia principal de atuação. Os laboratórios informaram que, quando isso ocorreu, as iniciativas foram adaptadas antes de implementadas localmente.

## Investimento Social Privado com recursos próprios

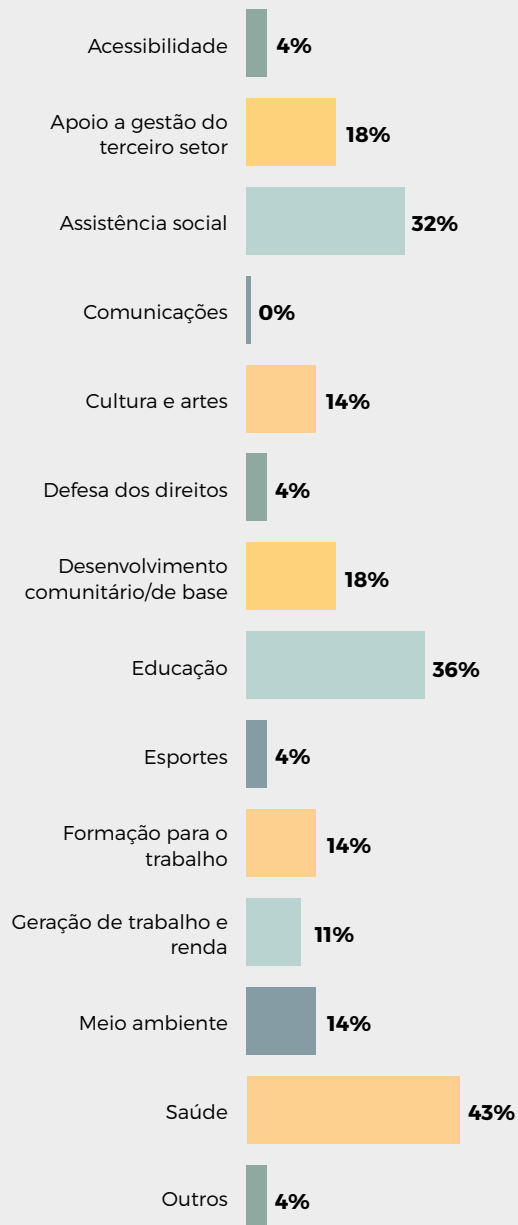
As 54 iniciativas sociais que contaram com recursos próprios das empresas foram implementadas por 56% dos laboratórios participantes do relatório. Elas mobilizaram um total de R\$ 4,9 milhões – o montante mais elevado entre as três modalidades de ISP – e alcançaram ao redor de 105 mil pessoas.

Por meio de uma atuação voltada majoritariamente para as áreas da Saúde (43% das empresas), Educação (36%) e Assistência Social (32%), as empresas dirigiram suas ações em especial para a comunidade. Esse foi o público beneficiado por 50% delas, que se voltaram ainda em menor número para pacientes (21%), profissionais de saúde (14%) e colaboradores (14%).

Os investimentos saídos do caixa das empresas alcançaram todas as faixas etárias da população, com discreta predominância de jovens de 18 a 25 anos.

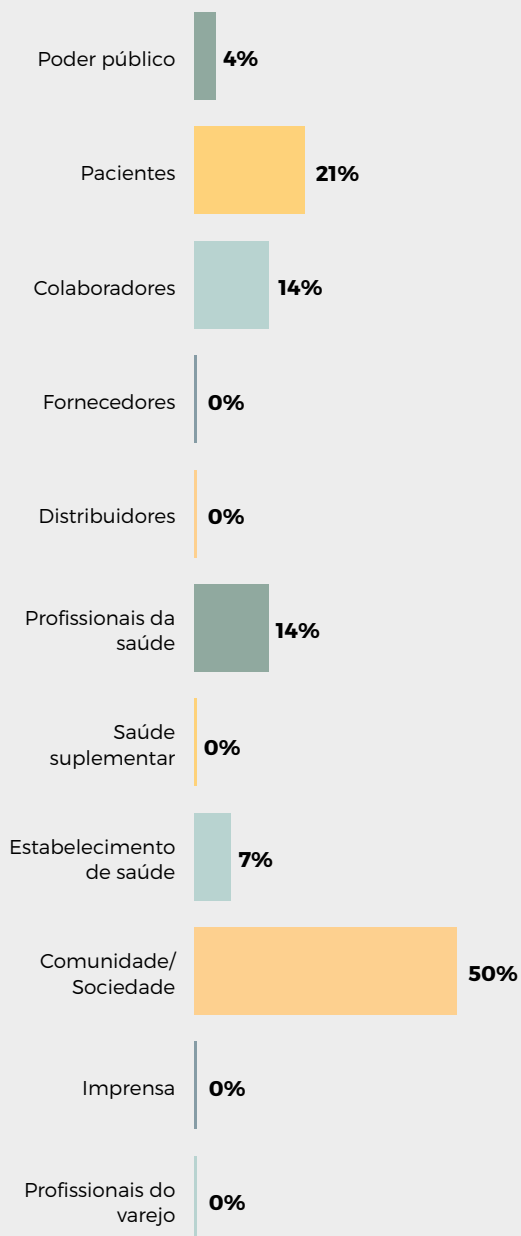
Em todos os parâmetros analisados, – foco das ações, público beneficiado e faixa etária atingida – o modelo de atuação dos laboratórios nessa dimensão de ISP seguiu exatamente o mesmo padrão de 2015.

### Áreas de atuação

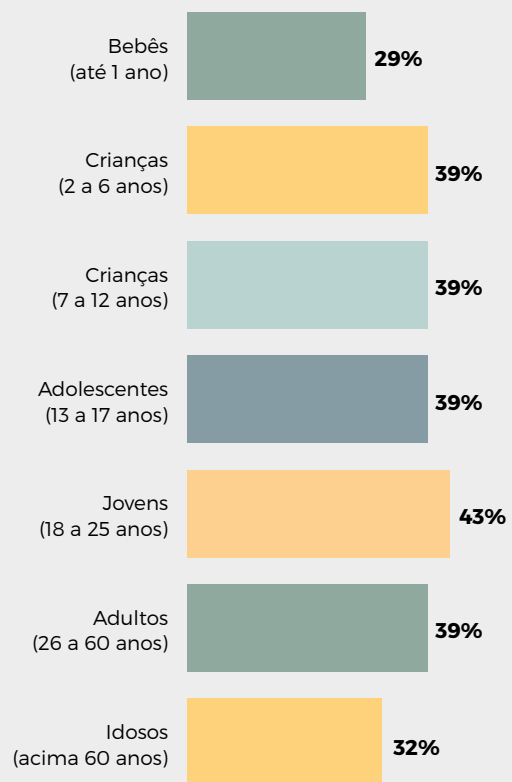




### Público beneficiado



### Faixa etária beneficiada



## Investimento Social Privado com incentivo fiscal

Embora tenha sido a modalidade de atuação social que contou com menor adesão entre as empresas (42%) e menor número de projetos (34), o ISP com incentivos fiscais foi o que beneficiou maior número de pessoas: aproximadamente 12,4 milhões. Para executar essas ações, foram investidos R\$ 3, 3 milhões.

Como nas outras modalidades, a área da saúde direcionou as ações de 32% das empresas. Mas, no caso das leis de incentivo, investimentos em cultura e arte também tiveram participação expressiva, foco de 21% dos laboratórios – o que não ocorreu nas outras dimensões de ISP. Em menor número estão a assistência social e os esportes, na mesma proporção (11% das empresas cada).

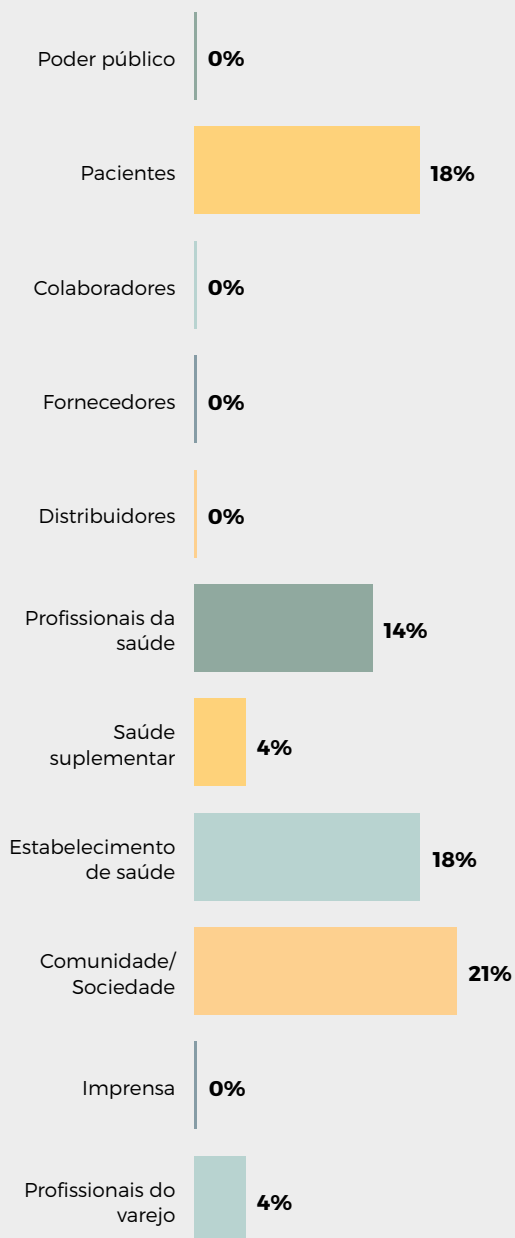
No que diz respeito aos grupos beneficiados, as ações com foco na comunidade continuam a liderar. No entanto, aqui já começam a despontar no radar das empresas, ainda que em menor proporção, os públicos que serão preponderantes nos ISP ligados ao negócio: pacientes e estabelecimentos de saúde (18% cada) e profissionais de saúde (14%).

A faixa etária alcançada também é diferente das outras modalidades e se concentra no espectro que se estende de 2 anos a 17 anos.

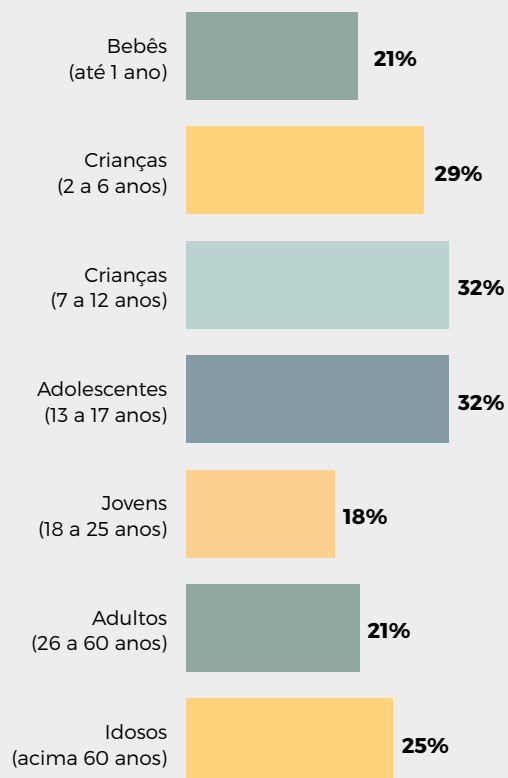
### Áreas de atuação



### Público beneficiado



### Faixa etária beneficiada



## Investimento Social Privado ligado ao negócio

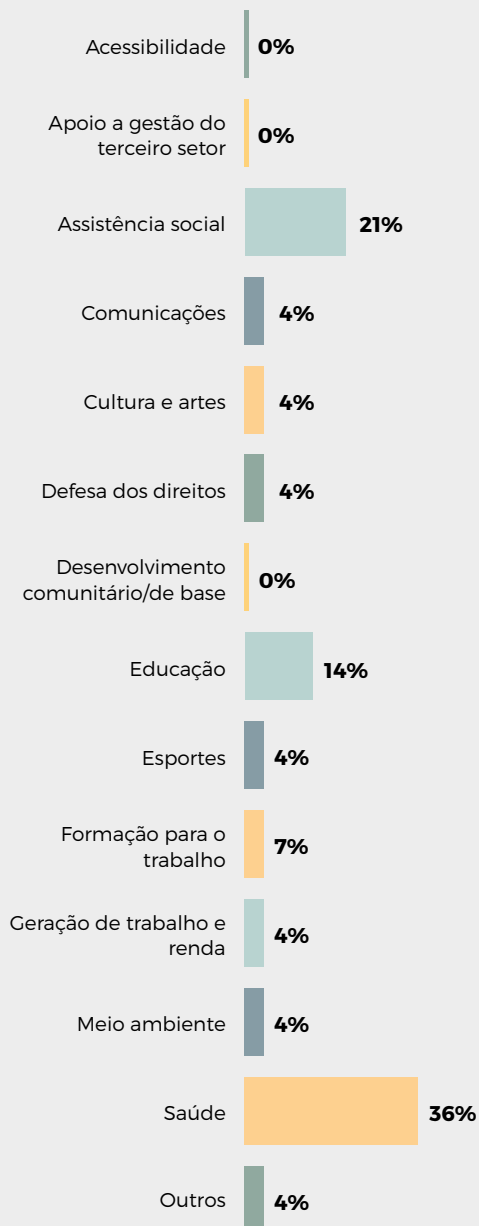
Os investimentos sociais ligados ao negócio mobilizaram 52% das empresas, que investiram aproximadamente R\$ 3,2 milhões para implementar 54 projetos – muito aquém dos 236 executados em 2015.

Esse conjunto de iniciativas beneficiou cerca de 800 mil pessoas – a segunda modalidade com maior poder de alcance – de um público bem segmentado e estratégico para as empresas: pacientes na maioria (29%), a comunidade (21%), profissionais de saúde (14%) e estabelecimentos de saúde (11%).

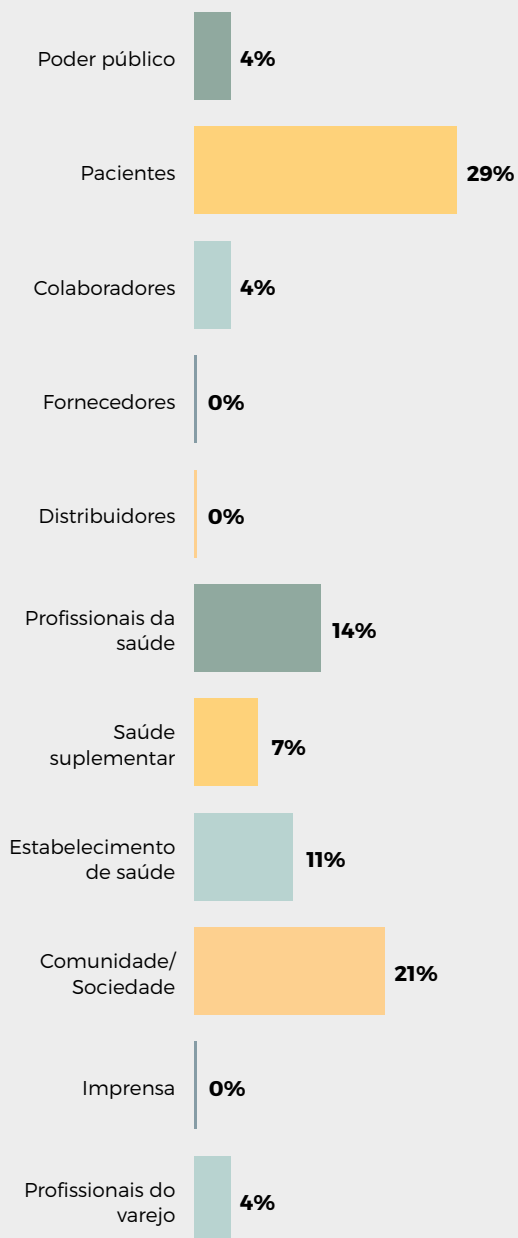
Saúde ocupou o primeiro lugar no *ranking* das ações, foco de 36% das empresas, seguido por assistência social (21%) e educação (14%). Elas foram distribuídas de modo a contemplar todas as idades, mas o núcleo de atuação se concentrou na faixa dos 18 anos aos 60 anos.

Na comparação com 2015, houve uma diversificação dos focos de atuação, já que naquele ano saúde foi única área na qual os investimentos ligados ao negócio foram significativos.

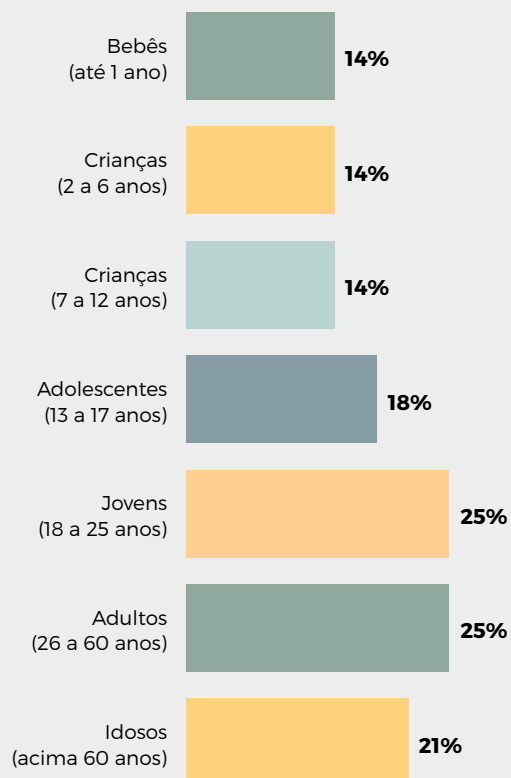
### Áreas de atuação



### Público beneficiado



### Faixa etária beneficiada



# Voluntariado

**O percentual de colaboradores do setor envolvidos em ações de voluntariado supera em 70% a média nacional.**

A retração geral dos investimentos sociais corporativos em 2016 produziu reflexos também nos programas de voluntariado do setor farmacêutico. No ano passado, 68% das empresas mantiveram esse tipo de iniciativa. Em 2015, ela foi reportada por 73% dos laboratórios e por 82% em 2014.

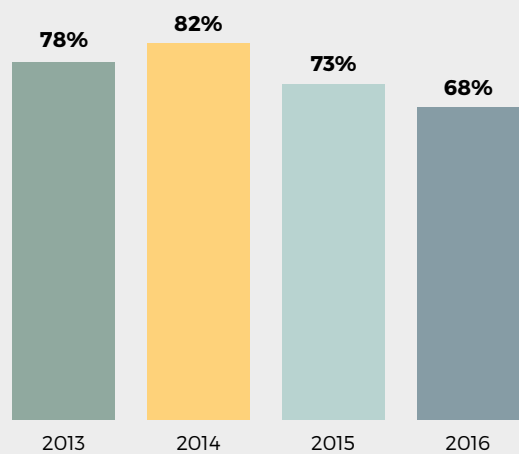
O número de colaboradores envolvidos nessas atividades também vem decrescendo ao longo dos anos. Em termos percentuais, porém, a proporção se mantém. Dos 24.119 funcionários contratados pelo setor no ano passado, 4.465 atuaram em atividades de voluntariado – 18,5% do total. Eles já representaram 20% da força de trabalho do setor em 2014 e passaram a 17% em 2015.

Ainda que o percentual de empresas com programas de voluntariado e o número de voluntários varie conforme o ano, esta é, sem dúvida, uma prática consolidada no setor. Mais do que isso: apesar das flutuações, tem avançado ao longo do tempo. Como comparação, em 2009 apenas 48% das empresas que participaram do Relatório INTERFARMA contavam com ações voluntárias no seu corpo funcional.

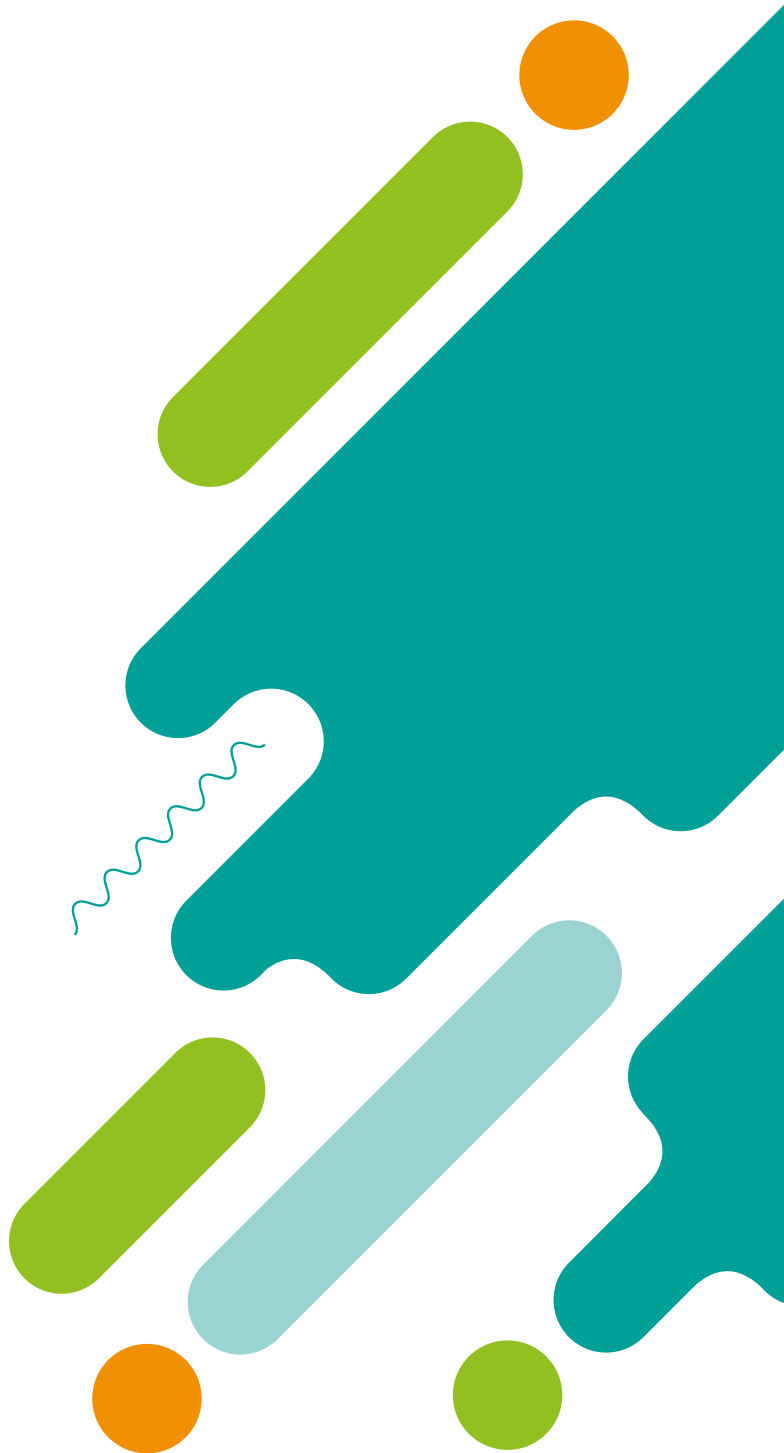
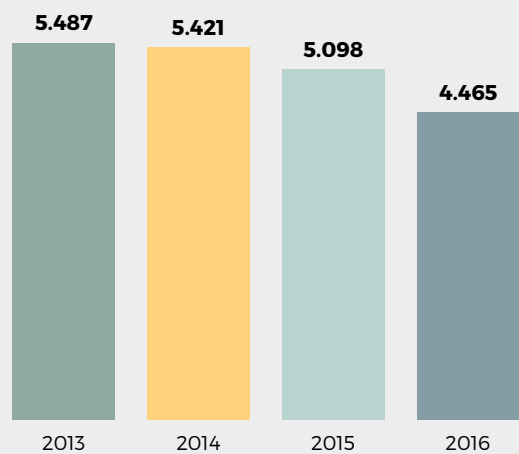
Embora as ações de voluntariado também tenham potencial para crescer no universo dos laboratórios farmacêuticos, o percentual de trabalhadores do setor envolvidos nessa atividade supera a média nacional, que gira em torno de 11%.

Segundo o *World Giving Index 2017*, estudo global promovido pela CAF (*Charities Aid Foundation*) que mede o nível de solidariedade das nações, o Brasil ocupa a quinta posição – entre 139 nações – como o país com maior número de voluntários. Um em cada cinco brasileiros faz trabalho voluntário, totalizando o engajamento de 33 milhões de pessoas.

### Empresas com Programa de Voluntariado



### Número de voluntários



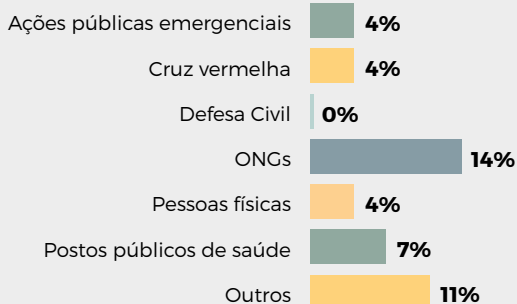
## Doações

No ano passado, 32% das empresas participantes do relatório fizeram doações de medicamentos e vacinas para ONGs (11%), postos públicos de saúde (7%) e destinos variados, como por exemplo, a cruz vermelha. Um total de 4% das empresas também atuou em situações específicas, colaborando em ações públicas emergenciais.

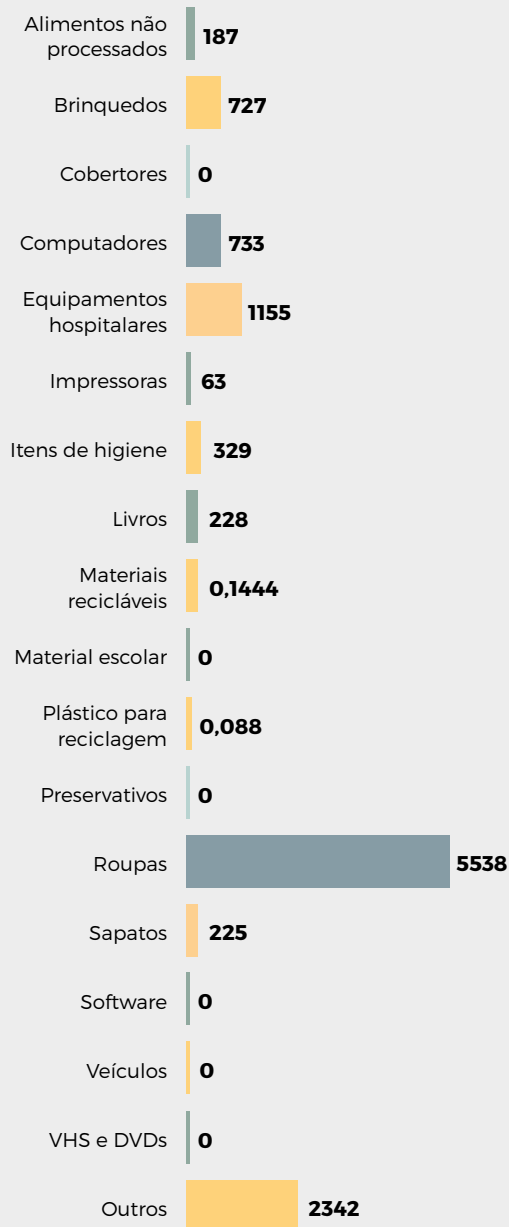
O número de laboratórios dedicados a essas iniciativas se manteve estável em relação a 2015. Os investimentos caíram de aproximadamente R\$ 18 milhões para R\$ 1 milhão no ano passado. Contudo, o volume de medicamentos e vacinas dobrou, perfazendo 12 milhões de unidades doadas.

Como complemento de sua prática social, 62% das companhias doaram ainda materiais diversos a projetos de terceiros. Lideram o *ranking* dessas contribuições roupas, equipamentos hospitalares, computadores e brinquedos.

### Destino das doações



### Materiais doados para terceiros





## Semana de Possibilidades Abbvie beneficia mais de 1.680 pessoas em quatro cidades do país

A Semana de Possibilidades é uma iniciativa da AbbVie e sua fundação, a *Abbvie Foundation*, para fomentar o voluntariado entre seus colaboradores. O objetivo é impactar as comunidades nas quais a empresa atua. Desde 2014, a Semana de Possibilidade mobiliza milhares de colaboradores de mais de 45 países, totalizando mais de 17 mil horas de serviços voluntários para organizações sem fins lucrativos.

No Brasil, a Semana de Possibilidades teve sua primeira edição em 2014 e já

envolveu mais de 120 colaboradores voluntários, que dedicaram mais de 400 horas de serviço a instituições do terceiro setor – 220 horas no ano passado, dedicadas a atividades para promoção da saúde, educação e assistência social. A iniciativa beneficiou mais de 1.680 pessoas atendidas por seis organizações sem fins lucrativos de Biguaçu (SC), Curitiba (PR), São José do Rio Preto (SP) e São Paulo (SP).



## Juntos somos melhores, da Daiichi Sankyo Brasil, mobiliza 230 funcionários em ação social



Com o objetivo de estimular seus colaboradores a se envolverem em ações de caráter social e solidário, a Daiichi Sankyo Brasil propôs na Confraternização de Final de Ano uma

atividade diferenciada de *team building*, que une ação social com o treinamento de pessoas de forma inesquecível.

Em dezembro de 2016, com o mote “Juntos somos melhores”, os 230 colaboradores do escritório administrativo e da fábrica participaram do desafio *Heartbike*. Divididos em grupos, foram desafiados a montar bicicletas, destinadas a crianças atendidas por uma entidade assistencial previamente escolhida. Sem saber da doação das bicicletas e para surpresa de todos, ao término da atividade, entraram 30 crianças carentes da Associação Santo Agostinho (Recanto dos Pássaros) para receber das mãos das equipes as bicicletas novinhas, produzidas pelos próprios colaboradores.

Uma atividade que, além de envolver motivação e engajamento, fortalecendo atitudes de cooperação, execução com qualidade e foco em resultados, contribuiu positivamente para a sociedade. Para a Daiichi Sankyo Brasil foi um dia de grandes surpresas.

## Ação Comunitária Merck realiza 2 mil atendimentos

A estratégia de Responsabilidade Social da Merck Brasil está estruturada em três pilares – Saúde, Meio Ambiente e Cultura, que orientam a realização de diversos projetos sociais.

Realizada desde 2005, a Ação Comunitária é um projeto de relacionamento e prestação de serviços voltado às comunidades do entorno do parque industrial da Merck, no Rio de Janeiro. O evento, que também conta com instituições parceiras, dedica-se a oferecer saúde, arte e cidadania aos moradores, com a ajuda dos voluntários de todas as áreas da Merck Brasil, envolvendo funcionários, familiares, ex-funcionários e aposentados.

A área de Responsabilidade Social convida todos a fazerem o bem, dentro de suas possibilidades, acreditando que para ser voluntário basta ter vontade de cuidar das pessoas que vivem ao redor da empresa.

Em sua décima edição em 2016, a Ação Comunitária contou com 112 voluntários, que por meio de 29 serviços gratuitos, realizaram cerca de 2 mil atendimentos.



## **Apoio da Pfizer a Expedicionários da Saúde leva cirurgias a regiões isoladas da Amazônia**

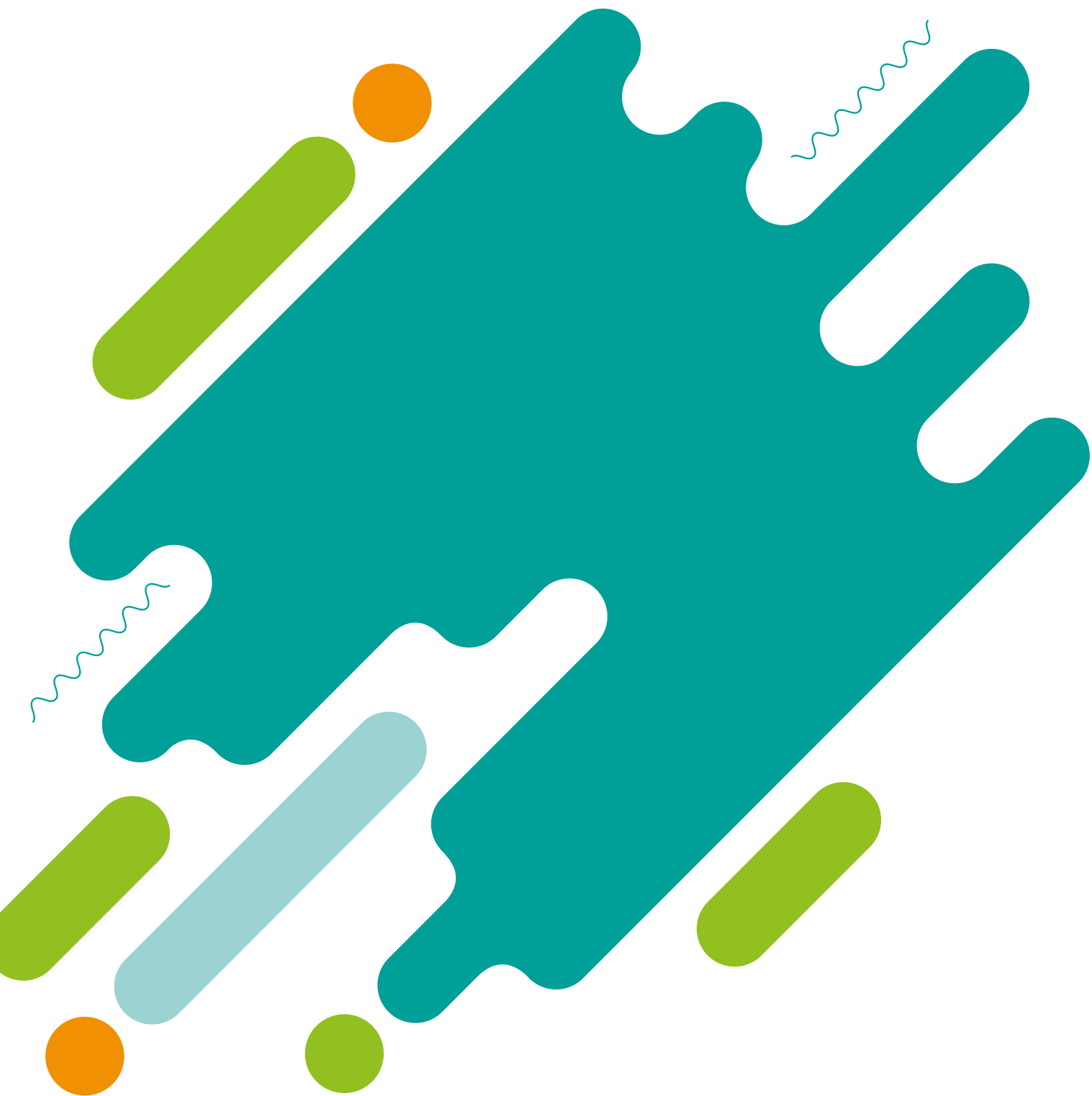
Formado por um grupo de médicos voluntários, os Expedicionários da Saúde (EDS) levam medicina especializada, principalmente atendimento cirúrgico, a regiões isoladas e povoadas por grupos indígenas na Amazônia.

A EDS desenvolveu o programa Operando na Amazônia, que mobiliza parcerias públicas e privadas para a instalação provisória de um Centro Cirúrgico Móvel, composto por seis tendas com equipamentos de alta tecnologia para pequenas e médias cirurgias e atendimentos nas especialidades de oftalmologia, clínica geral, pediatria, ortopedia, ginecologia e odontologia.

O apoio da Pfizer acontece desde 2012 e tem como objetivo contribuir para a viabilização logística da expedição, incluindo a construção da infraestrutura necessária para o atendimento, transporte de carga, combustível para transporte de pacientes e alimentação dos indígenas, voluntários e profissionais de saúde local.

A Pfizer apoia também cada expedição com a doação de cerca de 30 tipos de medicamentos, entre eles analgésicos, antitérmicos, antibióticos, polivitamínicos, antiinflamatórios, contraceptivos e anestésicos. A EDS organiza em média três expedições por ano e, em 2016, realizou mais de 3.700 atendimentos e 590 cirurgias em vários estados da Amazônia Legal Brasileira.





# Empregabilidade

**Os investimentos em ações para colaboradores totalizaram R\$ 48 milhões, 15% a mais que em 2015**

O setor farmacêutico é um ponto fora da curva no conjunto da economia brasileira. Em 2016, quando o País fechou o ano com uma queda de 3,5% do PIB, a indústria exibiu crescimento de receita de pelo menos dois pontos acima da inflação, segundo dados do SINDUSFARMA (Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo).

Enquanto o Brasil amargou um índice de desemprego de 11,5% e um contingente de 12 milhões de desempregados, o setor – que gera cerca de 100 mil empregos diretos e 600 mil indiretos – conseguiu manter e até aumentar ligeiramente seus postos de trabalho.

As 28 empresas respondentes deste relatório encerraram o ano com 24.119 colaboradores e um registro de 4.365 contratações e 3.738 demissões. A taxa de *turnover*, – a rotatividade no emprego calculada com base no número de admissões e demissões –, ficou em 17%, um por cento menor que em 2015. Como comparação, o índice Brasil de rotatividade foi de 38,5% no mesmo período.

Além de incomparavelmente menor que a média nacional, o *turnover* na indústria farmacêutica tem se mantido praticamente estável nos últimos anos – o que é um feito considerando-se o alto índice de desemprego do país. Ela foi de 18% em 2015 e de 16% em 2014.



Com exceção da área de inovação, os investimentos em empregabilidade foram os mais elevados que os laboratórios fizeram no ano passado, totalizando R\$ 48 milhões – 15% a mais que em 2015.

Esse aporte possibilitou que as empresas executassem 212 projetos voltados a colaboradores. Esses dados revelam que, no ano passado, o setor deu continuidade a uma forte tendência já detectada em 2015, a de priorizar, capacitar e fidelizar sua força de trabalho.

Como parte dessa estratégia, 57% do total de recursos dirigidos à empregabilidade (cerca de R\$ 28 milhões), foi utilizado em programas de treinamento. Entre atividades presenciais e à distância, as empresas promoveram 543.811 horas de treinamento para colaboradores – 48% a mais do que no ano anterior, que beneficiaram ao redor de 30 mil participantes (alguns em mais de um treinamento).

**Fidelizar colaboradores foi uma decisão estratégica das empresas que cresceu nos dois últimos anos, os de maior retração econômica**

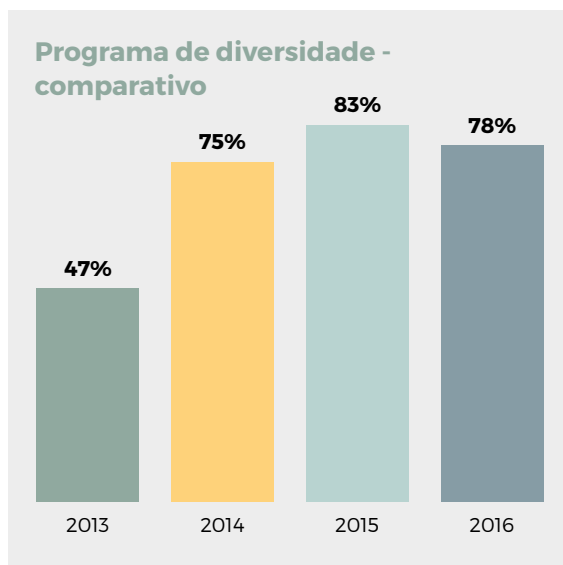
Uma análise retrospectiva dos indicadores a partir de 2014 mostra nitidamente que investir de forma significativa nos colaboradores foi uma decisão estratégica das empresas, que ganhou corpo a partir de 2015 – justamente os dois anos de maior retração econômica no País.

Para se ter uma ideia, em 2014 tanto os dispêndios com empregabilidade quanto os treinamentos foram 75% menores – os investimentos somaram R\$ 11 milhões e a capacitação consumiu 160 mil horas de atividades.

## Diversidade e inclusão

Entre as empresas respondentes, 78% possui programas de diversidade e inclusão. O maior avanço nesta área ocorreu entre 2013 e 2014, – quando o percentual de empresas com atuação em diversidade passou de 43% para 75%. Desde então, este quesito tem se mantido praticamente estável, com pequenas variações, conforme o ano.

Em 2016, as empresas empregaram uma pessoa em situação de refúgio e 760 portadores de necessidades especiais. Desses, 22 ocupavam posições de liderança.



## Funcionários por gênero e idade

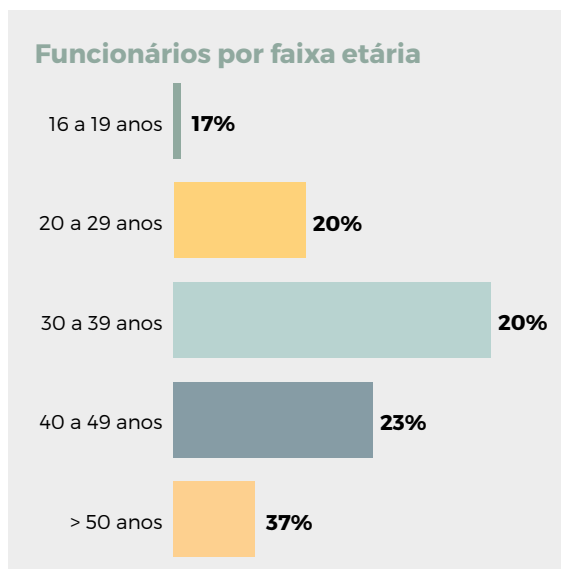
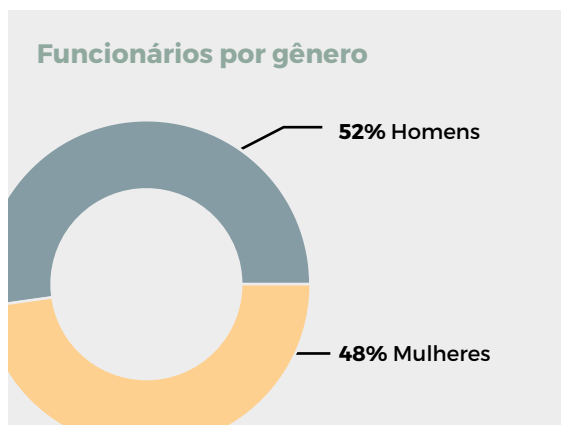
Dos 24.119 colaboradores que estavam na ativa no ano passado, 52% são homens (12.530 funcionários) e 48% mulheres (11.589). Em comparação com 2015, o percentual de mulheres na indústria farmacêutica cresceu 3%. A proporção de mulheres no setor supera a distribuição por gênero no mercado de trabalho brasileiro – segundo o IBGE, 43% das vagas foram ocupadas por mulheres no ano passado, embora elas representem 51,5% da população.

Esse resultado está além também do que foi registrado pela pesquisa Melhores Empresas para Trabalhar, realizada em conjunto pela Revista Época e pela consultoria *Great Place to Work* (GPTW). De acordo com o levantamento, 44,5% dos postos de trabalho nas 100 melhores empresas do País são ocupados por mulheres. Já nas dez primeiras colocadas do *ranking*, as mulheres representam 53% da força de trabalho.

Em relação à distribuição etária dos colaboradores, o setor farmacêutico manteve o mesmo padrão de 2015. Mais de 40% dos funcionários têm entre 30 e 39 anos e 27% entre 40 e 49 anos – as duas faixas que concentram o maior número de pessoas. Não há diferenças relevantes de gênero no que diz respeito às idades dos trabalhadores.



A tendência, apontada pelo IBGE, de contratar mais trabalhadores da terceira idade não se refletiu neste levantamento. Tampouco o aumento do desemprego entre as faixas mais jovens.



## Gênero e Liderança

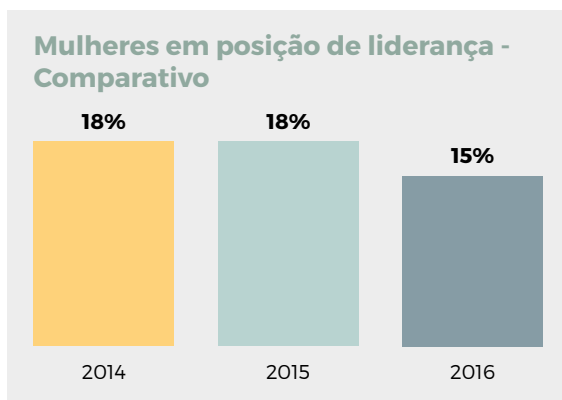
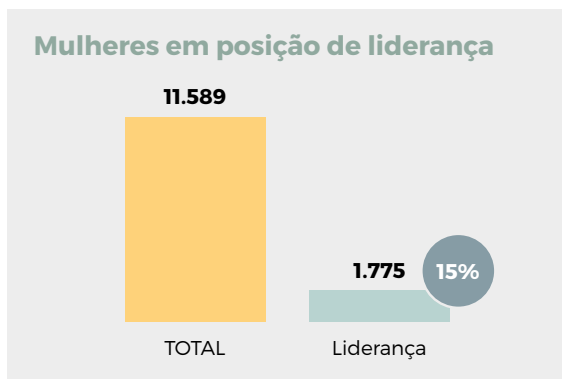
Esta edição do Relatório INTERFARMA traz informações mais detalhadas sobre a participação das mulheres no setor farmacêutico. A coleta de dados para o aprofundamento do tema tomou como base os *7 Princípios de Empoderamento das Mulheres - Igualdade Significa Negócios*, estabelecidos pela ONU Mulheres e pelo Pacto Global das Nações Unidas.

De acordo com a ONU Mulheres, cada princípio engloba um conjunto de considerações que ajudam a comunidade empresarial a incorporar em seus negócios valores e práticas que visem à equidade de gênero e ao empoderamento de mulheres. No caso deste relatório, as empresas participantes foram perguntadas especificamente sobre sua atuação em cada um dos sete princípios.

Segundo dados do IBGE divulgados em março de 2017, as mulheres, que são pouco mais da metade da população, ocupam atualmente 37% dos cargos de direção e gerência no País e apenas um décimo dos assentos nos conselhos executivos de grandes empresas.

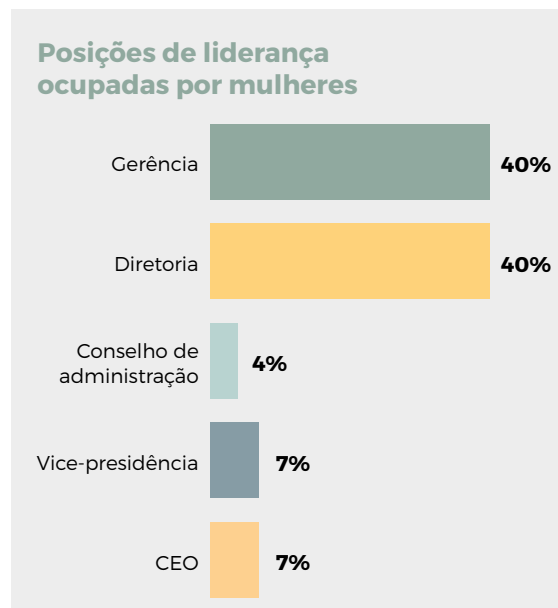
Na indústria farmacêutica, onde as mulheres representam 48% da força de trabalho, apenas 15% delas ocupam postos de liderança – são 1.775 profissionais no conjunto do setor. Na comparação com anos anteriores, as mulheres vêm perdendo espaço nessas posições.

De acordo com estudo da consultoria *Great Place to Work* (GPTW), entre as empresas consideradas as melhores para trabalhar no Brasil, a parcela de mulheres em cargos de chefia era de 33% em 2016.



Das 11.589 mulheres em posições de liderança no setor farmacêutico, 40% são diretoras e um percentual equivalente ocupa postos de gerência. O funil se estreita significativamente quando são analisados os cargos na cúpula das empresas: 7% são CEOs e 7% vice-presidentes. Em conselhos de administração, a participação feminina se reduz a 4%.

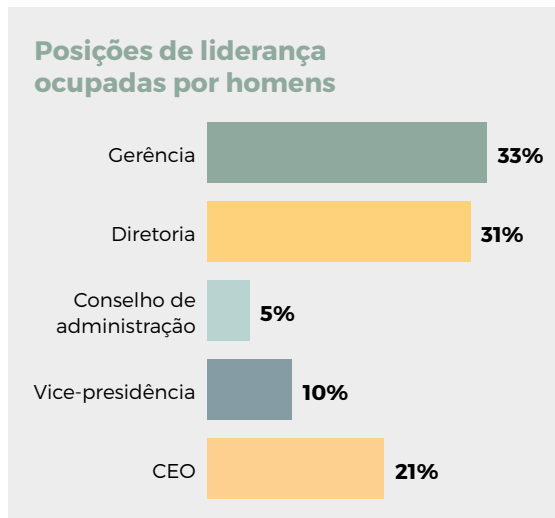
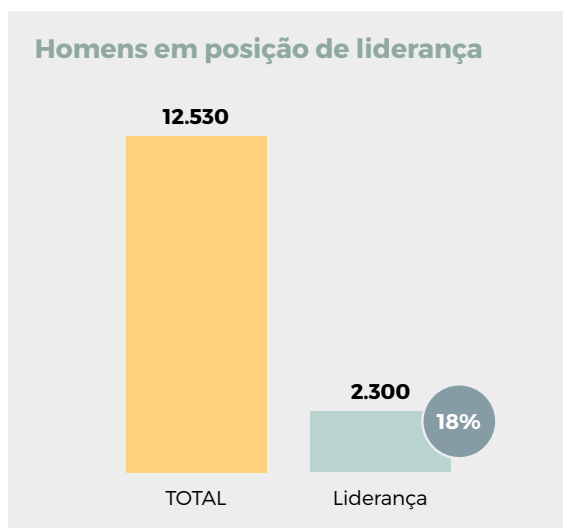
Nas 150 empresas classificadas pelo GPTW, 16% das presidências são ocupadas por mulheres. Dados de um relatório da consultoria Deloitte com 64 empresas de médio e grande porte apontam que a fatia de mulheres em conselhos de administração era de 6,6% em 2015 e passou a 7,7% em 2017.



A comparação com o status das lideranças masculinas mostra que as mulheres conquistaram bom espaço nos cargos de gerência e diretoria. Dos 12.530 homens empregados pelo setor, 18% ocupavam posições de liderança no ano passado: 31% em diretorias e 33% em gerências.

A disparidade entre gêneros se acentua à medida que os cargos se elevam na hierarquia da empresa, revelando que as mulheres ainda enfrentam barreiras em sua ascensão profissional. A fatia de homens na posição de CEO é de 21% – o triplo das mulheres.

Não há dados de anos anteriores que possibilitem aferir se o setor farmacêutico está avançando no que diz respeito à representação feminina na gestão das companhias.



Uma pesquisa feita em 2016 pelo *Peterson Institute for International Economics* (PIIE), dos Estados Unidos, com 21.980 companhias em 91 países demonstrou que existe uma correlação entre representatividade feminina e prosperidade: empresas com mulheres na cúpula tendem a ter 15% a mais de receita líquida.

Os pesquisadores ressaltaram que isso não significa que as mulheres trabalhem melhor que os homens, mas sim que grupos com diversidade trabalham melhor que grupos muito homogêneos. Equipes com diversidade criam um ambiente mais ético, inovador e flexível no enfrentamento de problemas. Além disso, estimulam profissionais talentosos de todos os tipos a se esforçar para ascender – o que eleva a produtividade geral.

## Os 7 Princípios de Empoderamento Feminino

Os 7 Princípios de Empoderamento das Mulheres – Igualdade Significa Negócios oferecem sete passos para orientar o meio empresarial sobre como delegar poder às mulheres no ambiente e mercado de trabalho e na comunidade. Eles são o resultado de uma colaboração entre a Organização das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres) e o Pacto Global das Nações Unidas.

Os resultados encontrados no relatório oscilam bastante conforme o princípio. O setor mostra avanços em questões como estimular um ambiente corporativo que promova a igualdade de gêneros e abolir todo tipo de violência contra as mulheres. Porém, ainda derrapa em áreas importantes como prepará-las para ocupar os mais altos postos de comando e abrir caminho para que possam de fato galgá-los.

### 7 Princípios de Empoderamento das Mulheres

**1**

Estabelecer liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero

**2**

Tratar todos os homens e mulheres de forma justa no trabalho – respeitar e apoiar os direitos humanos e a não-discriminação

**3**

Garantir a saúde, a segurança e o bem-estar de todos os trabalhadores e trabalhadoras

**4**

Promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional das mulheres

**5**

Implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de suprimentos e de *marketing* que empoderem as mulheres

**6**

Promover a igualdade através de iniciativas e defesa comunitária

**7**

Mediar e publicar os progressos para alcançar a igualdade de gênero


## Diversidade e equilíbrio de gêneros são prioridades para a Sanofi, que possui 51,9% de mulheres no quadro funcional

diverso e inclusivo, que permita o desenvolvimento e alta performance de todos funcionários.

Em 2016, com apoio deste Comitê, a Sanofi realizou atividades internas de engajamento e conscientização; contou com a presença de uma executiva no painel "Atitude", do 1º Congresso de Liderança Feminina; se associou ao "Movimento Mulher 360", iniciativa que reúne empresas interessadas em contribuir para o empoderamento econômico da mulher brasileira; e conduziu pesquisa interna para apoio à definição das atividades de 2017.

Como reconhecimento do trabalho que vem sendo construído, recebeu o Selo Pró-Equidade de Gênero e Raça, do Governo Federal (5ª edição), sendo a única farmacêutica premiada.

Para 2017, o Comitê tem como objetivo focar nos pilares Pessoas com Deficiência, Equilíbrio de Gêneros, Etnia e Gerações, com ações como *mentoring* reverso, campanhas com *role models*, rodas de discussões com oportunidades de *networking* e monitoramento de KPIs.



O Women's & Diversity Council reúne funcionários de diversos níveis hierárquicos e áreas e tem como compromisso criar um ambiente

## Lideranças promovem igualdade de gêneros

O objetivo desse princípio é direcionar as políticas do mais alto nível da empresa para a igualdade de gêneros e direitos humanos, estabelecendo metas que abrangem toda a corporação e planos de implementação. Em outras palavras, garantir que todas as políticas sejam sensíveis a gênero e que a cultura corporativa promova igualdade e inclusão. 75% das respondentes afirmaram atender a este princípio.

## Oportunidades iguais - inclusão e não discriminação

Esse princípio está relacionado a questões como pagar remuneração igual para trabalho de igual valor, recrutar e nomear mulheres para cargos de gerência e administração e para o conselho de administração, garantir uma participação de mulheres de 30% ou mais na tomada de decisão e governança em todos os níveis e áreas do negócio, oferecer opções flexíveis de trabalho, oportunidades de licença e reingresso a cargos de igual remuneração e status e apoiar o acesso a crianças e cuidado com dependentes. 96% das empresas disseram atender a esses requisitos.

## Saúde, segurança e ausência de violência

Este princípio trata de condições seguras de trabalho que evitem riscos inclusive à saúde reprodutiva, desenvolver uma política de tolerância zero a todas as formas de violência no trabalho – incluindo verbal e/ou física – e de prevenção ao assédio sexual, garantir tempo livre para cuidados médicos e orientação profissional, treinar equipes para reconhecer sinais de violência contra as mulheres, entre outros temas. Ele é seguido por 82% das empresas.

## Educação e treinamento

Investir em políticas que abram caminho para a promoção das mulheres em todos os níveis e áreas do negócio, estimular as mulheres a entrar em campos de trabalho não tradicionais, garantir igual acesso a todos os programas de educação e treinamento apoiados pela empresa e fornecer oportunidades iguais para contatos e tutoria formal e informal são questões ligadas a este princípio, atendido por 64% das empresas.

## Desenvolvimento Empresarial, Cadeia de Fornecimento e Práticas de Comercialização

Com base nesse princípio, a companhia procura expandir relacionamentos com empresas de propriedade de mulheres e com mulheres empresárias, apoiar soluções que eliminem barreiras de gênero ao crédito e empréstimo, solicitar aos parceiros e a seus pares que respeitem o compromisso da empresa com a igualdade e a inclusão; respeitar a dignidade das mulheres em todos os materiais da empresa, inclusive os de *marketing*, e garantir que os produtos, serviços e instalações da empresa não sejam usados para tráfico humano e/ou exploração do trabalho ou exploração sexual. Este princípio é implementado por apenas 25% das empresas.

## Liderança e engajamento comunitário

Este princípio está relacionado ao posicionamento da empresa com seu entorno e a comunidade. Inclui quesitos como colaborar com parceiros, fornecedores e líderes da comunidade para promover a inclusão, trabalhar com *stakeholders* da comunidade para eliminar a discriminação e a exploração, promover e reconhecer a liderança e contribuições das mulheres em suas comunidades, garantir a representação suficiente das mulheres em qualquer consulta comunitária e usar programas de filantropia e concessão para apoiar o compromisso da empresa com a inclusão, igualdade e direitos humanos. Apenas 46% das empresas consultadas aderem a este princípio.

## Transparência, medição e prestação de informações

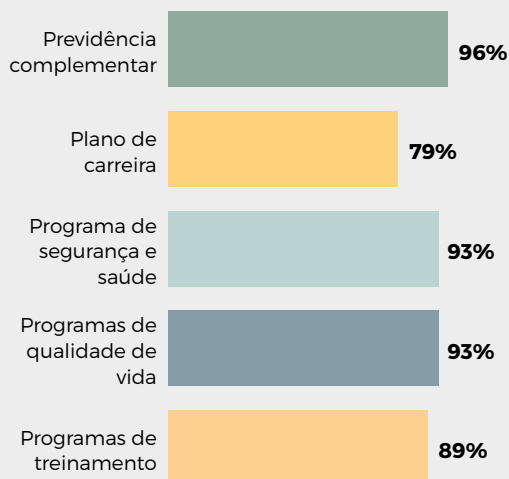
O objetivo deste princípio é estimular as empresas a divulgar publicamente suas políticas e planos de implementação para promover a igualdade de gênero, estabelecer marcos que quantifiquem a inclusão das mulheres em todos os níveis, medir e divulgar o progresso, tanto interna quanto externamente e incorporar marcadores de gênero nas obrigações contínuas de prestação de informações. Essas iniciativas são adotadas por 43% das empresas participantes do relatório.

## Benefícios para colaboradores

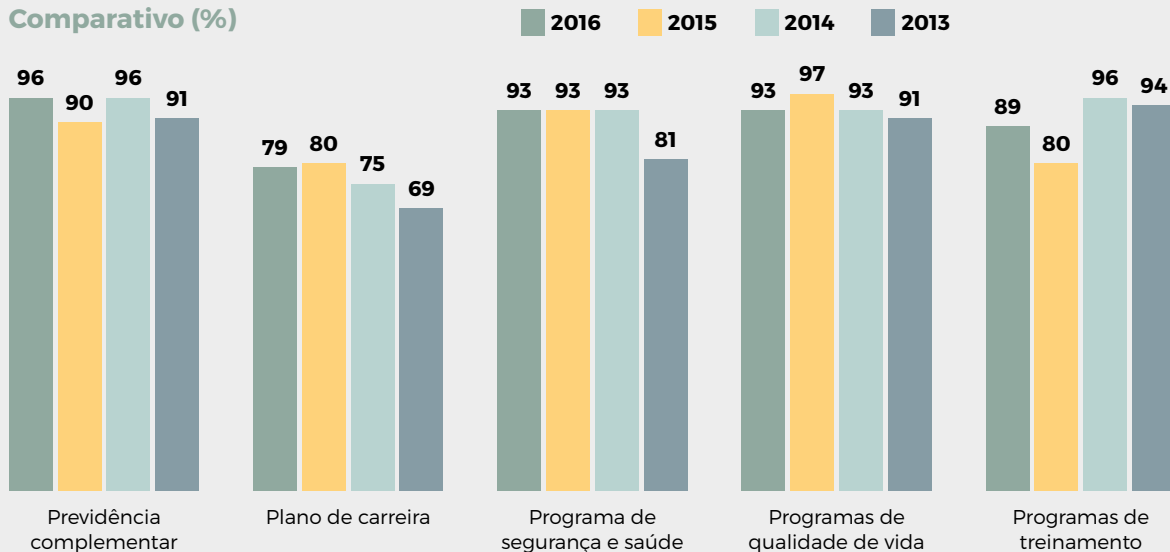
A análise comparativa dos benefícios concedidos a colaboradores mostra que, no momento em que o Brasil atingiu recordes de demissão e as taxas de desemprego dispararam, programas de treinamento e de previdência complementar foram os que mais cresceram na indústria farmacêutica.

As iniciativas de capacitação saltaram de 80% em 2015 para 89% no ano passado. O pagamento de previdência complementar cresceu de 90% para 96% de um ano para outro. Não houve mudanças significativas em relação aos demais benefícios.

### Benefícios para colaboradores



### Comparativo (%)





## Projeto “Mais Saúde” da Boehringer Ingelheim Brasil identifica ideias e projetos inovadores que transformam a área da saúde no mundo

Desde 2010, a Boehringer Ingelheim e a Ashoka trabalham juntas em uma parceria global chamada “*Making More Health*”. O objetivo dessa iniciativa é identificar ideias e projetos inovadores que estão transformando a área da saúde no mundo.

No Brasil, o programa usa a bandeira *Mais Saúde* e desenvolve uma parceria local para inspirar e amplificar a troca de experiências entre colaboradores da Boehringer Ingelheim com as inovações em soluções sociais de *Fellows Ashoka* que fazem parte do programa.

Entre as atividades destacam-se ações com a participação dos quatro *Fellows MMH Brasil*, João Paulo Ribeiro do Horas da Vida, Gisela Solymos do CREN

– Centro de Recuperação e Educação Nutricional, Simone Berti do Instituto Chefs Especiais e Fernando Botelho do Projeto F123.

Em 2016, diversas ações foram realizadas com os *fellows*, beneficiando milhares de crianças, jovens e adultos. Dentre elas, o ‘*Workshop no Escuro*’, que a Boehringer realizou em parceria com Fernando Botelho da F123, para desenvolver, de forma inovadora, as competências dos seus colaboradores.

Trata-se de uma experiência lúdica que usa a escuridão como forma de desafiar cada participante a desenvolver importantes atributos, como liderança, trabalho em equipe, criatividade e comunicação. Realizado em um lugar seguro e à prova de acidentes, o *Workshop no escuro* teve o objetivo de ir além das teorias apresentadas em artigos, livros e palestras, e colocar ideias em prática. Colocar as pessoas em um ambiente novo para elas e em situações inusitadas tem o objetivo de incentivar a busca de soluções inovadoras e fora da zona de conforto para completar tarefas e missões.



# Ética e Transparência

**Ações de *Compliance*, em especial de combate à corrupção, cresceram 650% no ano passado**

2016 foi o ano em que o Brasil sobreviveu aos efeitos de três crises que dominaram o cenário nacional e se retroalimentaram: nos planos econômico, político e ético. O Produto Interno Bruto (PIB) recuou 3,6%, caindo pelo segundo ano consecutivo e levando os especialistas a identificar nos indicadores a pior recessão da história do País.

Foi também o ano do aprofundamento das investigações da Operação Lava-Jato, que realizou 17 operações – o maior número desde o seu início em 2014. Nomes de peso da política brasileira foram parar atrás das grades e seis ministros do governo caíram, muitos envolvidos com os desdobramentos da Operação.

O ano de 2016 terminou ainda com o Supremo Tribunal Federal recebendo 77 delações de executivos da Odebrecht, da qual emergiram os nomes de 240 políticos de 22 partidos envolvidos em repasses de propinas da empresa.

Não é de admirar, portanto, que essa sucessão de escândalos de corrupção tenha conduzido a atenção das empresas para a importância de intensificarem suas iniciativas internas de controle e diminuïrem seu potencial de risco a condutas indevidas.

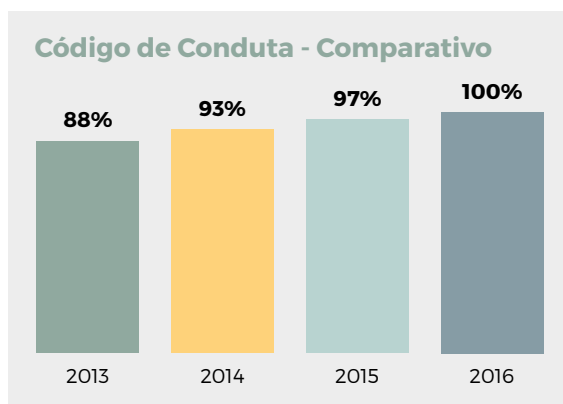
Ética e transparência deram o tom das ações da indústria farmacêutica no ano passado. 100% das 28 empresas participantes do relatório disseram ter programas de combate à corrupção. Juntas elas implementaram 987 iniciativas nessa área – oito vezes mais que em 2015, quando foram desenvolvidas 127 ações, e um crescimento em torno de 650%.

Para financiar sua atuação, os laboratórios investiram R\$ 910,4 mil e apoiaram sua estratégia de *Compliance* em duas vertentes: diretrizes claras baseadas no código de conduta e programas contínuos de treinamento, que focaram principalmente nos colaboradores, mas se estenderam também a outros públicos.

Treinamentos presenciais e *E-learning*s em políticas e procedimentos, treinamentos de distribuidores, envolvimento direto das lideranças nas mensagens, monitoramento das relações entre a empresa e profissionais da saúde e Governo e auditorias foram algumas das muitas ações desenvolvidas pelo setor para combate à corrupção.

### Código de Ética/Conduta

100% das empresas participantes do relatório declararam ter código de conduta próprio. O comparativo com anos anteriores mostra a evolução do setor neste quesito. Todas realizaram treinamentos de colaboradores para divulgar e intensificar a aderência aos valores, princípios e normas da companhia. Ao todo, foram treinados 19.647 funcionários – 81% da força de trabalho.

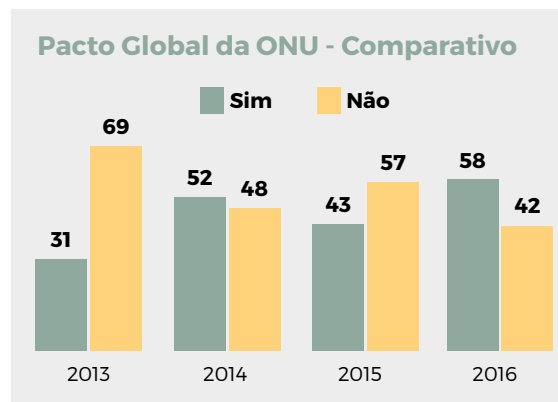


### Pacto Global da ONU

Em 2016, a Rede Brasil do Pacto Global das Nações Unidas registrou um aumento de 13% no número de empresas signatárias – totalizando 491 integrantes do setor privado comprometidos com a promoção do trabalho decente e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. A rede brasileira é a maior das Américas e a quarta maior do mundo.

A adesão do setor farmacêutico à iniciativa não é expressiva e tem evoluído lentamente. Abrangeu 58% das empresas no ano passado e sofreu oscilações nos últimos anos.

Este, porém, não é um fato isolado. Segundo registros da própria Rede Brasil do Pacto Global, embora a adesão das empresas tenha aumentado em 2016, o número de signatárias caiu nos últimos anos e houve baixa também em quase todas as redes do mundo.



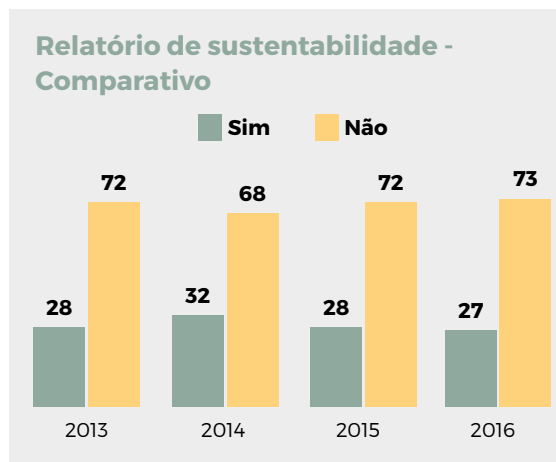
## Relatório de sustentabilidade ou social

De acordo com o *Global Reporting Initiative*, o Relatório de Sustentabilidade tem se consolidado como instrumento utilizado pelas organizações para a comunicação das suas práticas e do seu desempenho em relação aos pilares do desenvolvimento sustentável. As organizações têm reconhecido os Relatórios de Sustentabilidade como instrumentos que conferem maior transparência e integridade à sua atuação, fortalecendo a relação entre a sociedade e o meio ambiente.

A adesão à elaboração dos Relatórios de Sustentabilidade é motivada pela percepção dos benefícios desses relatórios para as organizações e está relacionada à construção de uma reputação corporativa mais transparente e também à oportunidade de responder de forma estruturada às demandas sobre a responsabilidade socioambiental e econômica às partes interessadas nas atividades das organizações.

Entre as empresas participantes dos relatórios da INTERFARMA, a adesão tem se mantido praticamente estável nos últimos anos, mas os indicadores são baixos. Apenas 27% dos laboratórios publicaram o documento no Brasil no ano passado e a média tem permanecido abaixo de 30%, exceto em 2014, quando mobilizou 32% das respondentes.

Possivelmente parte desse resultado se deve a uma prática consolidada na indústria farmacêutica, na qual as empresas sediadas no Brasil reportam seus dados para serem publicados pela matriz.



## Engajamento de públicos de interesse

O envelhecimento da população e as novas demandas dos consumidores, o avanço tecnológico, os crescentes custos da saúde, a necessidade de otimizar recursos e de “fazer mais com menos” têm levado as empresas de saúde a repensarem suas estratégias de negócios para melhorar o atendimento e, ao mesmo tempo, manter sua sustentabilidade econômica.

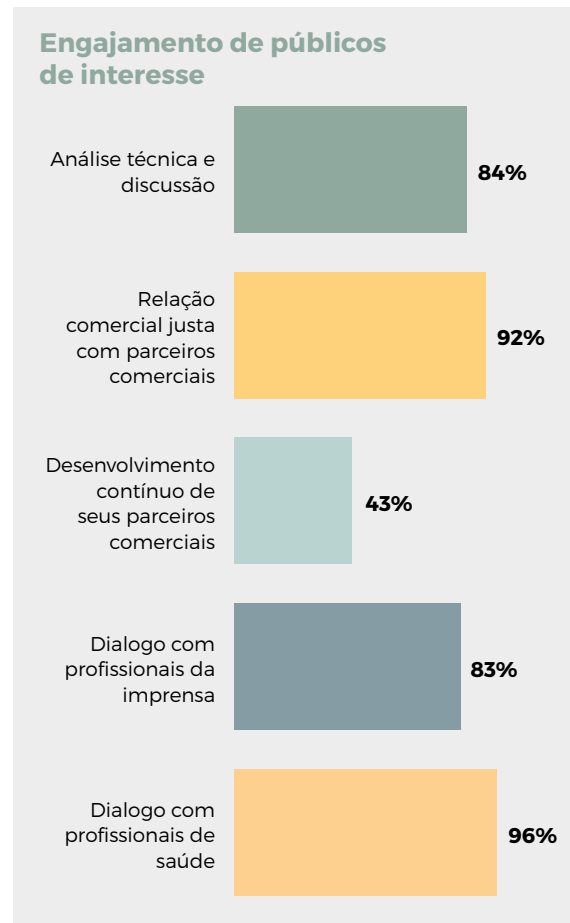
Segundo estudo divulgado pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), em resposta a esses desafios as empresas têm buscado dar nova configuração ao seu processo de criação de valor, considerando mais ativamente o envolvimento de *stakeholders* em suas decisões.

A ideia central é que o sucesso das organizações depende da forma como gerenciam as relações com os grupos que podem afetar a realização de seus objetivos, como clientes, fornecedores, investidores, comunidades, entre outros.

A 19ª Pesquisa Global com CEOs realizada pela consultoria *PricewaterhouseCoopers* (PwC) em 2016 com 1.400 executivos em 80 países, inclusive o Brasil, revelou que, para 91% dos CEOs da indústria farmacêutica e de biociências, clientes e consumidores exercem grande impacto na estratégia de negócios. 89% apontam a grande influência do governo e órgãos regulatórios nas decisões. 92% pretendem usar a tecnologia para avaliar e atender as expectativas dos *stakeholders* e 71% pretendem trabalhar com ferramentas específicas para aumentar o engajamento desses grupos.

Os resultados obtidos com as empresas participantes do Relatório INTERFARMA apontam na mesma direção. É alto o nível de interação das farmacêuticas com seus

públicos de interesse. Da mesma forma, é elevado o percentual de empresas que adotam princípios de governança (92%) e que pautam sua atuação pelos quatro pilares nos quais ela se ancora: transparência, equidade com todos os *stakeholders*, prestação de contas e responsabilidade corporativa.





## Relacionamento com pagadores

O acesso da população a medicamentos no Brasil é um grande desafio à gestão da saúde, tanto na esfera pública quanto no ambiente privado. De acordo com levantamento da INTERFARMA, cerca de 70% dos medicamentos consumidos pelos brasileiros são pagos pelo próprio consumidor. O governo, apesar de adquirir 20% dos remédios comercializados no País e distribuir parte deles gratuitamente no Sistema Único de Saúde (SUS), atende apenas uma pequena parcela da população.

Diante desse cenário, as empresas perceberam a necessidade de expandir seu escopo de atuação e interagir com as instituições públicas e privadas que arcam com as contas dos medicamentos, para que pudessem juntos encontrar meios de facilitar o acesso dos pacientes e consumidores aos medicamentos. 84% das respondentes debateram a questão dos valores desembolsados por medicamentos com pagadores públicos e privados.

Além do contato direto, um dos caminhos trilhados pela maioria (85%) dos laboratórios para a interação com o poder público foi a participação em comitês e conselhos de entidades como câmaras de comércio, sindicatos e associações, por meio dos quais essas questões pudessem ser endereçadas.

Para se ter um comparativo, em 2013, apenas 44% tinham esse tipo de atuação.

## Relacionamento com consumidores/ clientes

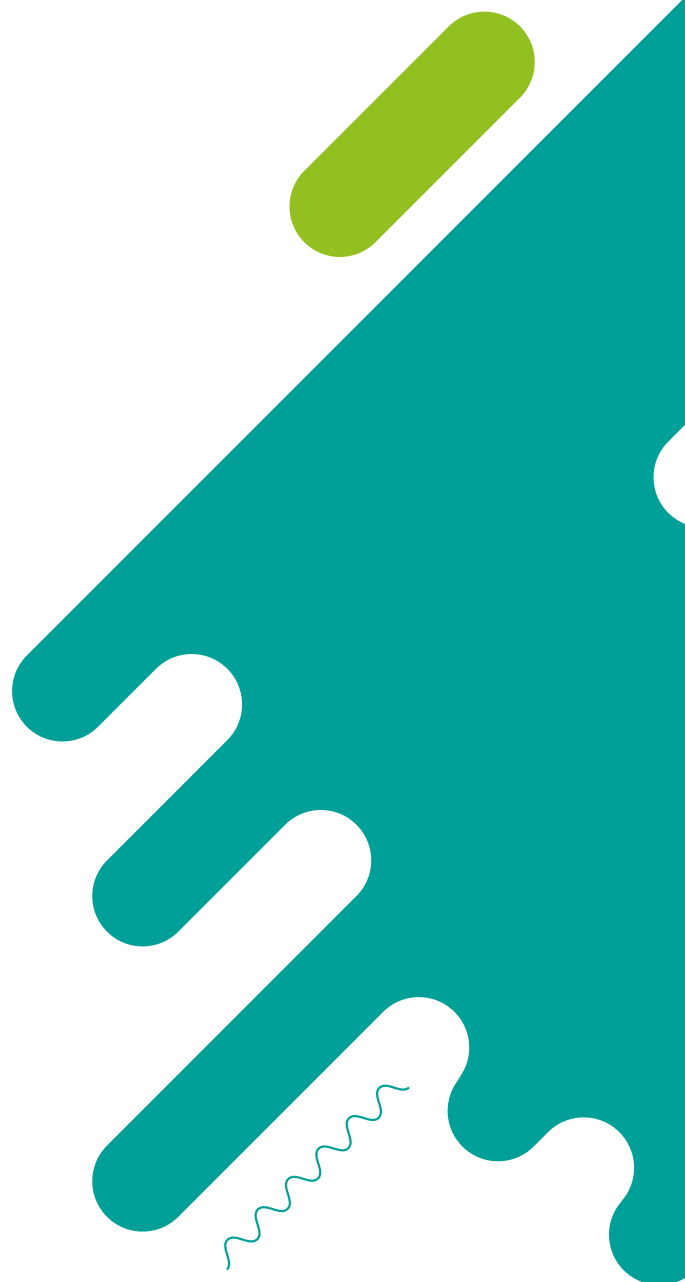
De todos os públicos com os quais os laboratórios se relacionam, os consumidores estão entre os que acionam a maior logística operacional e de recursos humanos para que a interação ocorra da maneira mais adequada possível.

Esse grupo, no entanto, não é apenas depositário das ações da indústria. Cada vez mais, esse é um caminho de mão dupla, no qual o papel de consumidores e pacientes cresce no dia a dia da empresa. 82% das participantes afirmaram que o cliente influencia nas suas decisões. Alterações de bulas, embalagens e até de formulação de medicamentos, disposição dos produtos nos pontos de venda, estratégias de *marketing*, aperfeiçoamento dos programas de suporte a pacientes são algumas das mudanças decorrentes de *feedback* de clientes.

96% dos Serviços de Atendimento ao Consumidor (SAC) – setor estratégico para potencializar esse relacionamento – possuem indicadores de desempenho e 50% das empresas possuem práticas para aferir a satisfação dos clientes.

Apenas no ano passado, foram realizadas cerca de 120 mil pesquisas de satisfação, um dos principais instrumentos utilizados pelo setor para dialogar com esse público.

O papel do SAC vai muito além de receber chamadas. Em 82% das empresas o setor participa também dos processos de decisão.



## Relacionamento com fornecedores e parceiros

No Brasil, a Lei Anticorrupção determina que as empresas também sejam responsabilizadas por atos ilícitos de seus fornecedores e parceiros. Se até recentemente a contratação de um fornecedor se baseava essencialmente nos preços praticados, em tempos de Lava-Jato a avaliação de risco na hora de estabelecer um contrato passou a ocupar lugar central.

De modo geral, as empresas já contavam com programa de *Compliance* em relação a terceiros, mas, nos últimos anos, os cuidados redobram e os requisitos para contratação também.

No ano passado, 80% das empresas priorizaram parcerias com fornecedores que tivessem práticas de *Compliance* e códigos de conduta – crescimento de 20% em relação a 2015. Não há dados anteriores à Lava Jato que possibilitem comparação.

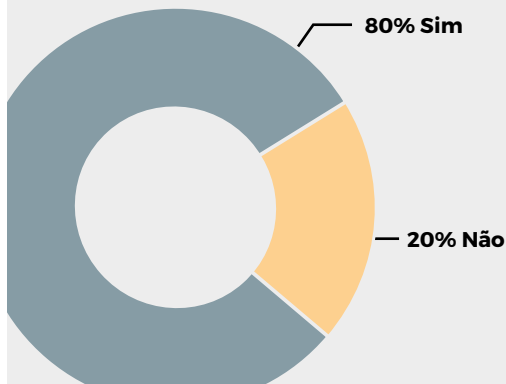
84% das empresas também disseram avaliar as práticas de sustentabilidade de seus fornecedores. Eram 73% no ano passado e 44% em 2014. Os investimentos do setor com programas voltados aos cerca de 31.500 fornecedores ativos no País totalizaram R\$ 2,9 bilhões.

**80% das empresas priorizam parcerias com fornecedores com práticas de *Compliance* e Código de Conduta e 84% valorizam condutas sustentáveis. Os investimentos do setor com programas voltados aos cerca de 31.500 fornecedores ativos no País totalizaram R\$ 2,9 bilhões**

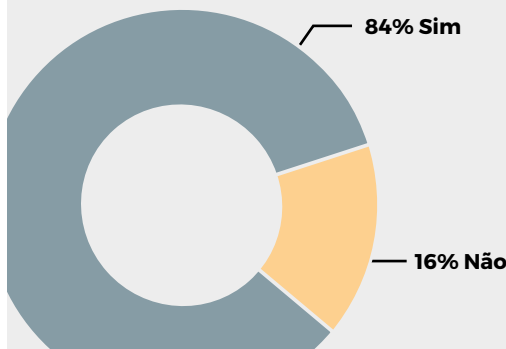
Canais de diálogo com profissionais do varejo também se mantiveram no radar das empresas ao longo de 2016. Ao todo, a indústria implementou 24 programas dirigidos a esse público, alcançando cerca de 85 mil pessoas – mais que o dobro do contingente contatado em 2015.



### Prioriza contratação de fornecedores com práticas de Compliance e/ou código de conduta



### Avalia práticas de sustentabilidade na contratação de fornecedores



## Relacionamento com profissionais de saúde

O relacionamento da indústria farmacêutica com profissionais de saúde é crítico para garantir a correta ministração de medicamentos e seu uso adequado pela população.

96% dos participantes deste relatório mantêm um canal de diálogo em esses profissionais – o mesmo patamar de 2015 – para os quais desenvolveram cerca de 1.200 ações com foco em educação.

## Diálogo com a imprensa

O contato com a imprensa mobilizou 83% dos laboratórios, que utilizam esse canal como uma oportunidade para divulgar a todos os públicos seus posicionamentos, pronunciamentos e ainda dar transparência aos seus valores, princípios e ações.

Por meio dos canais de comunicação as indústrias também ampliam a repercussão de suas campanhas de conscientização sobre acesso, uso correto de medicamentos, prevenção e promoção da saúde.

# Meio Ambiente

**84% das empresas desenvolvem programas internos e externos de gestão ambiental para reduzir os impactos gerados pelo processo de produção**

Depois de crescer expressivos 380% entre 2014 e 2015, os investimentos na área de meio ambiente refluíram no ano passado. Curiosamente, o número de projetos cresceu de 40 para 56, mas os recursos passaram de R\$ 19,5 milhões para R\$ 9,3 milhões. É possível que o setor tenha optado por direcionar seus recursos para ações de menor porte e menos custosas.

72% das empresas contavam com políticas estruturadas de meio ambiente em 2016. O compromisso com essa área envolve desde a conservação e otimização do uso de recursos naturais ao atendimento dos requisitos legais necessários à segurança

sanitária e qualidade dos produtos fabricados.

São ações voltadas à preservação e aperfeiçoamento das condições internas e inerentes à produção e que retratam também a preocupação do setor com o entorno e o meio ambiente externo.

Entre as participantes do relatório, 93% se disseram atentas aos potenciais impactos produzidos ao meio ambiente e às comunidades vizinhas em consequência do processo produtivo e, por isso, implementaram ações internas e externas para reduzi-los.

Participaram dessa seção do relatório apenas as empresas com fábrica no Brasil.

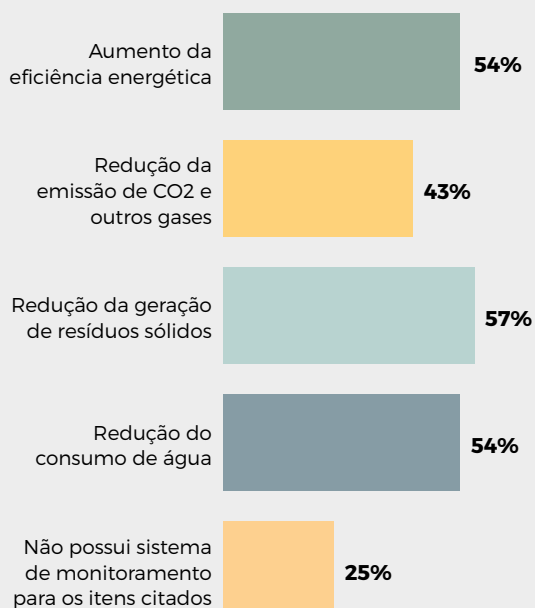
## Iniciativas internas de gestão ambiental

Programas de gestão ambiental, para avaliar práticas e resultados, foram implantados por 84% das empresas – um discreto avanço em relação aos 80% do ano passado. A utilização de sistemas específicos para monitoramento de metas fez parte desse trabalho, com o objetivo de aferir o consumo de água e energia

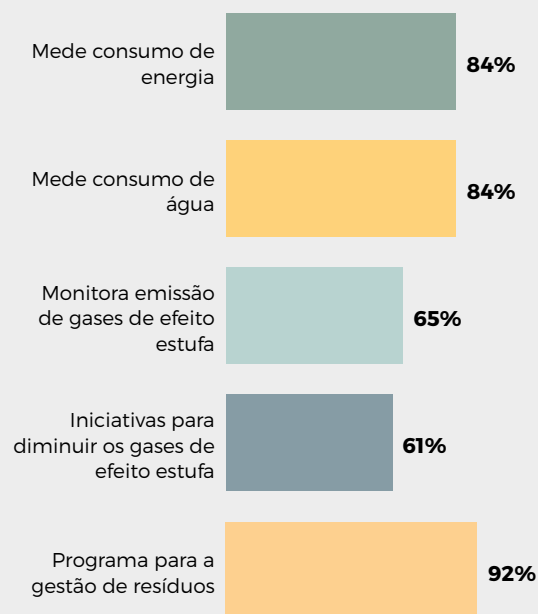
elétrica, as emissões de CO2 e outros gases de efeito estufa e a geração de resíduos decorrentes da atividade produtiva.

Aumento da eficiência energética e redução da geração de resíduos foram dois parâmetros nos quais o setor registrou avanços expressivos no ano passado. No primeiro caso, os indicadores saltaram de 37% para 54%. No segundo, de 50% para 57%. Em contrapartida, o número de empresas com ações para reduzir a emissão de gases de efeito estufa – que havia aumentado em 2015 -, caiu 4% no ano passado.

### Sistema de monitoramento com metas específicas



### Iniciativas ambientais internas



## Consumo de água e energia

Segundo a ONU, a demanda por água deve aumentar 50% até 2030, o que torna urgentes a coleta, o reaproveitamento e o tratamento de águas residuais.

A atividade industrial é responsável, ainda de acordo com a ONU, por 26% da água residual gerada no mundo. 37,7% derivam do abastecimento humano urbano, 32% da irrigação, 2,5% da pecuária e 1,8% do abastecimento humano rural.

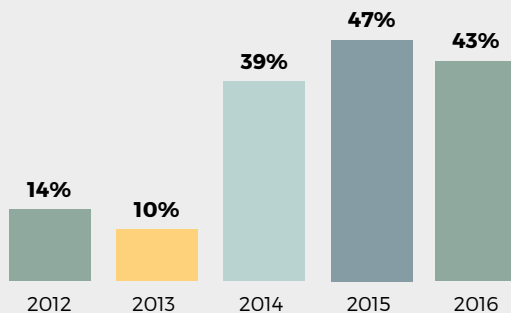
Entre 2015 e o ano passado, em função de ajustes no consumo realizados pelas empresas, o volume de água utilizada foi reduzido substancialmente.

Paralelamente, os laboratórios reutilizaram e reciclaram cerca de 225 milhões de litros de água – quase o dobro do total de reuso de 2015.

## Emissão de gases de efeito estufa

Apenas 43% das empresas respondentes possuem sistemas de monitoramento com metas específicas para reduzir a emissão de gás carbônico gerada pela atividade industrial. A iniciativa caiu no último ano, mas registra avanços se considerarmos a série histórica.

**Empresas com monitoramento e metas para reduzir a emissão de CO2**



## Gestão de resíduos

O gerenciamento de resíduos nas indústrias farmacêuticas tem importância tanto ambiental quanto de saúde pública. Além de combater o desperdício e a ineficiência dos processos produtivos, a gestão dos resíduos industriais sólidos é fundamental para reduzir riscos sanitários.

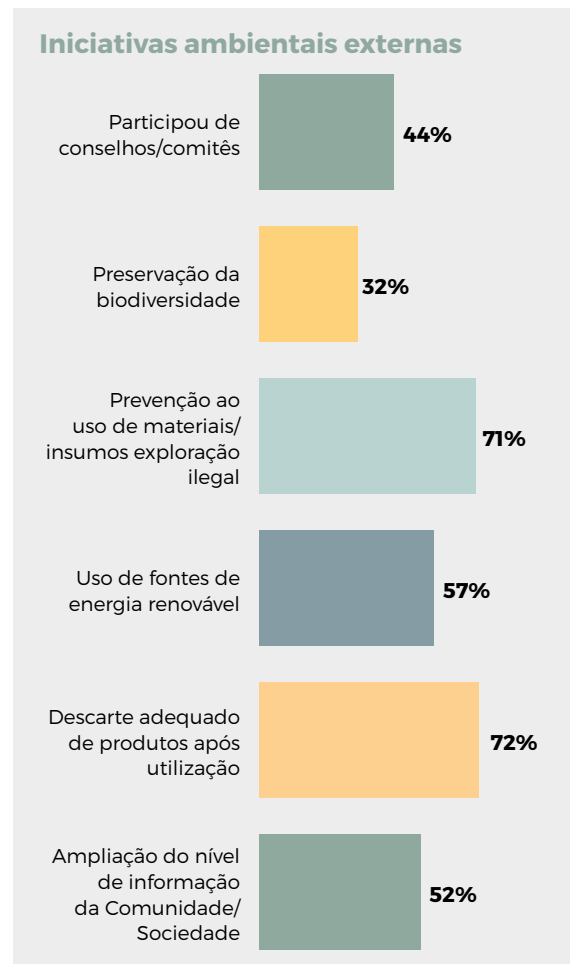
No ano passado, 92% dos laboratórios possuíam iniciativas para o descarte adequado de resíduos – 5% a mais que em 2015. O reaproveitamento, estocagem e disposição final requerem uma ação minuciosa, pois alguns desses resíduos são considerados Classe I (resíduos perigosos) e Classe II (não-inertes).

A indústria reciclou no período 53% dos insumos usados na fabricação de produtos e nos principais serviços.

## Iniciativas externas de gestão ambiental

Assim como ocorreu com as iniciativas ambientais internas, a atuação das empresas em relação ao meio ambiente externo também variou conforme o quesito.

O setor avançou de 64% para 71% na adoção de políticas de prevenção à utilização de materiais e insumos provenientes de exploração ilegal da natureza. E cresceu também de 66% para 72% o número de respondentes que se preocuparam com o descarte correto de medicamento por parte dos usuários.



## Roche desenvolve plataforma para Descarte Correto de Medicamentos

Uma das prioridades da Roche Farma Brasil quando se trata de responsabilidade social é o aperfeiçoamento de práticas sustentáveis que produzam resultados concretos no médio e longo prazo. A **Plataforma de Descarte Correto de Medicamentos** é uma ferramenta que permite a localização de pontos de coleta de medicamentos próximos ao endereço do usuário, além de fornecer informações sobre o tema. O objetivo é contribuir para a preservação dos recursos ambientais, redução dos riscos à saúde da população e para a construção de uma sociedade mais consciente.

O projeto da **Plataforma de Descarte Correto de Medicamentos** foi desenvolvido em parceria com a eCycle e lançado em outubro de 2016 no site da Roche Farma Brasil: <http://www.roche.com.br/home/farmacutica/descartes-de-medicamentos.html>. Desde a sua criação até o mês de junho de 2017, mais de 6.000 pessoas utilizaram o serviço. O desenvolvimento do projeto contou com a participação das áreas de Saúde, Segurança e Meio Ambiente, Responsabilidade Social e Digital & Multichannel.



# Governança corporativa

**92% dos laboratórios farmacêuticos observam práticas de governança corporativa**

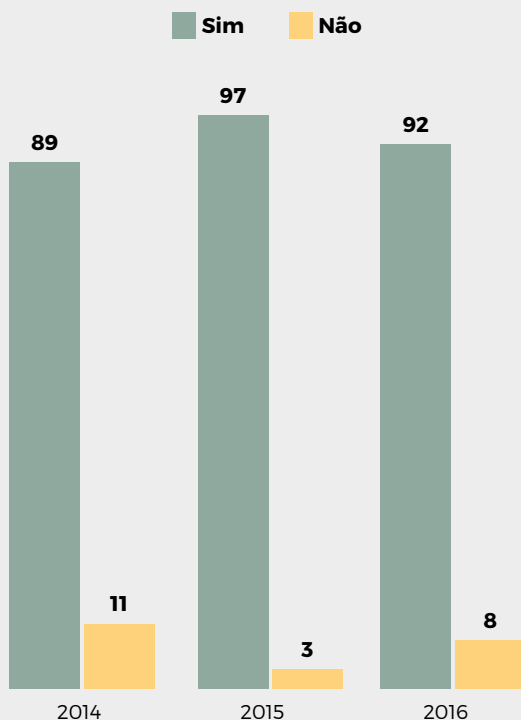
Segundo o Instituto Ethos, a governança deve ser ajustada ao enfoque da gestão socialmente responsável, que implica atuar em benefício de todos os *stakeholders*, evoluindo na busca por modelos que atendam à demanda por um modo de produção mais colaborativo, legitimando os diferentes atores.

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) reforça esse conceito, ressaltando que Ética e Governança Corporativa (GC) andam sempre juntos: a adoção de boas práticas de GC significa também a adoção de princípios éticos.

As práticas de governança corporativa estão bem consolidadas no setor farmacêutico. Elas foram observadas por 92% das empresas no ano passado, por 93% em 2015 e 89% em 2014. Não há dados que possibilitem comparação com períodos anteriores.

Entre as empresas respondentes, 77% contam com cargos e funções de nível executivo, com responsáveis pelas áreas econômica, ambiental e social, que se reportam diretamente ao mais alto órgão de governança. Na comparação com 2015, houve um decréscimo de 7,5% na adoção deste quesito.

Comparativo com anos anteriores (%)





69% das empresas adotaram um conjunto de procedimentos para aumentar o conhecimento do mais alto órgão de governança. Compartilhamento e discussão de relatórios detalhados sobre diferentes contextos de governança, análise de tendências para planejamento estratégico e treinamentos periódicos são algumas das ações desenvolvidas com essa finalidade. Em 2015, essa era uma prática adotada por 76% dos laboratórios.

Mediante encontros e processos de consulta, o relacionamento com *stakeholders* também contribuiu para apoiar o órgão de governança na identificação e gestão de impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais. Isso ocorreu em 72% das empresas, ante 70% em 2015.

A análise da eficácia dos processos de gestão de risco – como, por exemplo, no planejamento operacional e no desenvolvimento e introdução de novos produtos – também conta com o *feedback* dos grupos de interesse.



## Considerações finais

O Relatório de Sustentabilidade 2017/Ano Base 2016 é um retrato de como as questões macroestruturais do País se refletem e impactam a vida das empresas. Ao mesmo tempo, esta edição traça também uma radiografia de como as empresas têm dinâmica própria e mostra que, para avançar, precisam muitas vezes se descolar da conjuntura do País.

Foi o que ocorreu no ano passado em relação à Inovação. O Brasil sofreu cortes na área da ciência e tecnologia, questões burocráticas colocaram inúmeros obstáculos no caminho da inovação e o cenário econômico tampouco foi favorável. Ainda assim, as empresas inovaram mais do que nos anos anteriores. Possivelmente, porque viram no esforço da inovação a saída para se manterem competitivas e poderem fazer frente à recessão.

Paralelamente, os laboratórios intensificaram sua área de *Compliance*, fortalecendo seus mecanismos internos e externos de proteção. Essa foi uma resposta direta à conjuntura do País, aos desdobramentos da Operação Lava-Jato e da necessidade imperiosa de aperfeiçoar parâmetros éticos em todos os níveis e relacionamentos.

No cômputo geral, o setor conseguiu manter vivo seu compromisso com a

sustentabilidade própria e do País e avançar em alguns quesitos. Mais de 3 mil iniciativas foram implementadas pelas 28 respondentes em todas as áreas, beneficiando mais de 600 milhões de pessoas.

Ainda que alguns investimentos e focos de atuação tenham mudado de direção ou se deslocado ligeiramente, a indústria manteve projetos e programas em todas as áreas relevantes da sustentabilidade e implementou ações dirigidas a todos os seus públicos de relacionamento.

Este é um processo contínuo, de aprendizado e execução e, possivelmente, o próximo relatório trará um desenho diferente deste que foi capturado em 2016. Há desafios a serem superados, avanços que precisam ser implementados, como por exemplo, no que diz respeito ao papel de liderança das mulheres nas organizações.

Ainda não conhecemos bem, tampouco, qual é o grau de maturidade do setor em relação ao alinhamento entre as iniciativas sociais e o negócio. Talvez um dos próximos passos seja justamente este: identificar o que já está sendo feito nessa direção pelas empresas e quais os desafios a serem enfrentados. Não restam dúvidas de que, como aponta a pesquisa a pesquisa *Benchmarking do Investimento Social Corporativo (BISC)*, o alinhamento é a forma de estratégia ganha-ganha. Ganha a empresa, a comunidade e todos os envolvidos em garantir a sustentabilidade do investimento.



The background is a vibrant teal color. It features several diagonal stripes of varying widths and colors, including light blue, orange, and lime green. Some stripes have a wavy, irregular edge. There are also several small circles in orange and lime green scattered throughout the design. A central area is filled with a pattern of vertical, light blue stripes.

**INTERFARMA**  
Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa