

A ABRAIDI realizou em setembro, por meio da Academia ABRAIDI, mais três aulas do Curso de Agentes Comerciais em Dispositivos Médicos.

---

A ABRAIDI realizou em setembro, por meio da Academia ABRAIDI, mais três aulas do Curso de Agentes Comerciais em Dispositivos Médicos. “Os alunos aprenderam sobre estratégias de acesso ao mercado e sobre o fluxo dos dispositivos médicos em hospitais”, relata o gerente executivo da ABRAIDI e coordenador da Academia, Davi Uemoto.

A gerente de acesso ao mercado da J&J, Lorraine Calderon, apresentou o conceito de economia da saúde e as principais ferramentas relacionadas à avaliação de resultados. Ela também explicou sobre o funcionamento do Sistema de Saúde do Brasil e o modelo de reembolso adotado pela saúde suplementar, passando pelas características das principais coberturas e modalidades de reembolso. Ao final, foi proposto um exercício para que os alunos elaborassem um plano tático de acesso.

“A professora conseguiu de forma clara, objetiva e prática explicar o conceito de acesso a mercado. Ela demonstrou que vender um produto envolve conhecer a fundo o cliente e sua governança e estrutura de gestão, bem como as principais barreiras de acesso à determinada tecnologia, que podem estar relacionadas a pelo menos cinco fatores: conhecimento; meios de financiamento; acessibilidade; aderência e disponibilidade”, detalhou Davi Uemoto.

O tema “Fluxo de dispositivos médicos em hospitais” foi ministrado pelo diretor de Consignados da Boston Scientific do Brasil, Daniel Cupido. Em duas aulas, o professor apresentou em detalhes o fluxo de dispositivos médicos no hospital, desde o envio de materiais, passando pelas etapas de recebimento, conferência, armazenagem, envio para procedimento, utilização do dispositivo e faturamento. Além de apresentar as atribuições de cada etapa, também explicou sobre os principais documentos atinentes à cada fase. Também reforçou a importância de uma correta gestão de produtos no hospital, que envolve: conhecer os sistemas do cliente e como esse realiza transferências e controles do produto; conhecer o local de armazenamento do produto e identificar se os colaboradores do cliente sabem as regras aplicadas ao produto. Daniel Cupido ainda explicou que o modelo de negócios de produtos em consignação envolve um controle justo de custos, tendo que as empresas se atentarem para boas práticas para evitar perdas, em especial, financeiras.

“As últimas aulas demonstraram que, cada vez mais, torna-se fundamental conhecer a realidade do cliente, mas mais importante do que isso a empresa precisa ter uma gestão eficiente de suas linhas de produtos para evitar perdas”, resumiu o coordenador da Academia ABRAIDI.



Fonte: [Abraidi](#) , em 25.09.2023.