

2014-05-15 15:31:47

<http://justnews.pt/noticias/tolife-comemora-10o-aniversario-a-partilhar-o-gosto-pela-vida>

ToLife comemora 10º aniversário a partilhar "o gosto pela vida"

Criada há 10 anos, com um atraso de dois, face ao nascimento do mercado de genéricos em Portugal, a toLife ocupa o 4.º lugar em valor de vendas das empresas da área (acumulado a abril) e a 22.ª posição a nível nacional no mercado de medicamentos genéricos e não genéricos. "Temos moléculas que cobrem cerca de 80% do mercado de genéricos", refere Francisco Velez, fundador e diretor-geral da toLife.

Um ponto de extrema importância na história da toLife é o lançamento, em 2006, da risperidona, previsto desde a génese da companhia. Segundo conta o diretor-geral, para este lançamento, criou-se uma equipa da especialidade que se dedicou exclusivamente às visitas à Psiquiatria e à Neurologia. "Começámos a ter muita notoriedade vinda destas duas áreas e na farmácia também porque começou a haver muitas prescrições destes medicamentos", refere Francisco Velez, em declarações ao Jornal Médico. E salienta: "Esta foi uma área em que nos destacámos e em que ainda hoje somos líderes de mercado, num extenso portfólio."

Para o futuro, Francisco Velez pretende dar continuidade ao negócio. "O nosso grande objetivo é procurar os medicamentos corretos e adequados, não a qualquer preço, mas no sentido de continuarmos a completar o portfólio com a mesma lógica com que o temos feito até agora. Continuarmos a crescer sustentadamente e sermos um player respeitado e conhecido, quer pela farmácia e pelo médico, quer pelos doentes", indica o diretor-geral.

O entrevistado afirma esperar ter capacidade para continuarem a ser suficientemente criativos, de forma a desenvolverem novas parcerias, tornando mais sólida a relação com os principais parceiros do mercado. "Esta é a nossa grande finalidade, fortalecer este elo, ano após ano."

Outro objetivo é tentar ser uma das melhores empresas para se trabalhar em Portugal na área dos medicamentos genéricos e tentar captar "pessoas com talento" para poderem dar continuidade a este projeto. "O mercado está em mutação. As pessoas vão tendo outro tipo de funções, por isso, é necessário preencher novos lugares e desenvolver essas pessoas", conclui



"Partilhamos o gosto pela vida" é o atual lema da toLife. De acordo com o seu diretor-geral, o posicionamento da empresa evoluiu ao longo dos anos e está agora mais abrangente e relacionado com a cultura de parceria. Isto reflete-se na génese do logótipo da empresa, que simboliza a união entre o doente, a empresa e o profissional de saúde.

"Escolhemos aparecer junto dos médicos como seus parceiros, isto é, enquanto suporte à educação médica contínua, na área dos congressos e outros eventos que pudessem organizar. O mesmo se passou com a farmácia", conta. E acrescenta: "Daí o nosso logótipo ter três braços: nós, o doente e as classes médica e farmacêutica."