

VALNEY SUZUKI

«Mientras más **competencia,** mejor»

REDACCIÓN

El director general de Novo Nordisk en México describe la importancia de este sector para la economía y el bienestar del país.



Novo Nordisk es una de esas farmacéuticas que toman retos importantes. Entre sus principales líneas de investigación están padecimientos que han probado ser difíciles de solucionar históricamente, como la obesidad y la diabetes, así como deficiencias hormonales. De hecho, su historia está relacionada con la insulina desde su formación en 1923, en Dinamarca.

Nacido y formado en Brasil, Valney Suzuki se ha consolidado como un ejecutivo internacional en la industria farmacéutica. Con 20 de experiencia en el sector, ascendió en las filas de Novo Nordisk en Sao Paulo, para luego ser nombrado director general de la firma en Colombia. Llegó a encabezar el negocio en México en tiempos interesantes, podría decirse. En octubre de 2021, el mundo ya ansiaba sacudirse a la pandemia, pero esta persistía, mutando en versiones al parecer más contagiosas, pero menos agresivas.

Bajo su dirección, la empresa se ha consolidado como uno de los mejores lugares para trabajar en México. Se muestra orgulloso del liderazgo que tienen tanto Brasil como México en la industria farmacéutica, y comparte con istmo su punto de vista como líder, en temas como la atracción y retención de talento, así como las nuevas tendencias que seguirá la industria en el futuro.

¿Cómo percibes a la industria farmacéutica tras el Covid-19?

Creo que nuestra industria ha aprendido mucho con el tema del Covid-19. Tenemos que seguir aportando a la sociedad, y acelerando la innovación, para hacerla accesible y disponible para más y más gente. El Covid-19 tuvo un impacto muy grande, y muchos han aprendido a estar más preparados y a hacer que la investigación y la tecnología lleguen a las personas que más las necesitan.

Hablando de las áreas en que trabajamos en Novo Nordisk, necesitamos trabajar en la prevención de problemas como la obesidad y la diabetes. El Covid-19 golpeó mucho a la población vulnerable que sufre estas enfermedades. Como empresa podemos decir que la prevención es un componente importante, y queremos ver cómo podemos trabajarla más aún, junto con la innovación, para aportar más a la sociedad.

Tenemos que seguir aportando a la sociedad, y acelerando la innovación, para hacerla accesible y disponible para más y más gente.

¿Cómo percibe la empresa a la industria farmacéutica en México y América Latina?

Diría con mucho orgullo que México es protagonista, junto con Brasil. Ambos tienen una economía fuerte, en donde la industria farmacéutica aporta mucho, con inversiones e investigación clínica. Hemos duplicado la inversión en este rubro, lo que permite tener de forma anticipada más tecnología y atrae más inversión, genera más empleos y más accesibilidad en los productos. Un ejemplo fue el lanzamiento en 2022 del arGLP-1 oral. El primer lanzamiento en América Latina fue justo en México y después en Brasil. Esto muestra la representatividad de México no solo en la población sino en el tamaño de la economía.

He trabajado en Brasil, Colombia y México, y por supuesto conozco el entorno de otros países. Aquí hay más actores en el sistema, lo que es muy bueno para el país. Cuanta más competencia y tecnología se tengan en un país, será mejor la atención al paciente y a las personas que lo necesitan.



Valney Suzuki, director general
Novo Nordisk México

¿Cuál crees que sea el impacto de la salud digital en la calidad de la atención médica?

Eso ya es parte del futuro. Cada vez más, vemos tecnología o inteligencia artificial en nuestras vidas. Mientras más información se tenga, sobre todo precisa y de buena calidad, mejor será el aporte a la sociedad. Hay cosas que los médicos dicen: si esto viene para sumar y aportar, con información de calidad, bienvenido. Si se trata de una aplicación, un dispositivo digital que ayude al paciente a tener mejor atención en su terapia, mejor conocimiento sobre su enfermedad y cómo seguir adelante, bienvenido. Será un aliado para los médicos y para un mejor tratamiento, para una mejor calidad de vida.

Sin embargo, si es información aislada, como por ejemplo que uno mismo haga búsquedas en Google, eso puede ser un riesgo, porque no hay siempre información de calidad. Va todo muy de



En México, más de 70% de la población sufre de obesidad o sobrepeso y hay que combatirlas, porque de la obesidad se derivan la diabetes, la hipertensión, el cáncer y muchas otras enfermedades.

la mano de la calidad de la información que esté siendo utilizada por los pacientes y los médicos.

¿Qué tendencias percibes en la industria farmacéutica y cuáles son las más emocionantes o interesantes para tu empresa?

El tema de tecnología es uno de ellos. Vemos por ejemplo que, en las cirugías, cada vez hay más manos de robots interviniendo y ayudando a los médicos a ser más precisos. En otras áreas como oncología, la medicina ha evolucionado mucho y la calidad de vida de los pacientes ha mejorado. Cuando hablamos más de diabetes o de obesidad, el manejo de ésta última es impactante. Decimos que la obesidad es una pandemia. En México, más de 70% de la población sufre de obesidad o sobrepeso y hay que combatirlas, porque de la obesidad se derivan la diabetes, la hipertensión, el cáncer y muchas otras enfermedades. Es una enfermedad que oculta el impacto de otras.

Nosotros hemos desarrollado una tecnología por la que las personas puedan bajar hasta 20% de su peso corporal. Es algo que se está comentando en los medios científicos y médicos, porque está cambiando lo que antes era imposible hacer en medicina, y consiste simplemente en una cirugía bariátrica. Esto irá evolucionando cada vez más, y nuestro objetivo — quizá nuestro sueño — es que un día desarrollemos una medicina, una tecnología, que pueda impactar igualmente que una cirugía bariátrica.

¿Qué es lo que más te inspira de tu sector y de tu labor diaria?

Que al final lo que estás haciendo es traer un aporte grande a la sociedad, y concretamente, en este ámbito, a los pacientes que necesitan una mejor calidad de vida. Cito un ejemplo sencillo, pero de mucho impacto en Brasil. Tenemos un producto para hemofilia que es usado en ocasiones para frenar sangrados. Esta persona estaba en el hospital, pero no tenía acceso al producto. Hicimos un equipo de trabajo para acelerar la entrega al hospital. El paciente salió de la cirugía con vida. Fue muy impactante ver cómo todo lo que hicimos en unas horas salvó la vida de una persona a la que no conocíamos. El médico llamó al distribuidor para decirle que

el paciente había salido bien de la cirugía. Fue un sentimiento de alivio. Por eso estar en una industria que aporta a la calidad de vida y que incluso puede salvarla es muy gratificante.

¿Qué tipo de liderazgo crees que se necesitaría para atraer a las nuevas generaciones a los empleos y concretamente a la industria farmacéutica?

Primero tenemos que ponernos en los zapatos de la gente nueva. Entender un poco su entorno, el *mindset*, qué quieren ellos. Desde que me gradué hasta ahora, por ejemplo, mucho ha cambiado. Un ejemplo es la forma de trabajo: estamos intentando tener entornos de trabajo mucho más diversos, para que alguien que tiene 30 años de experiencia se sienta cómodo, y lo mismo suceda con un nuevo talento. Que ambos puedan producir en su nivel más alto. Tener liderazgos que inspiren a las personas y que no sean tan rigurosos ni jerárquicos. Que tengamos un entorno de trabajo que permita que cada uno ponga su huella, su granito de arena, en todo lo que haga.

El propósito para atraer a una persona joven tiene que permitir que esta persona, aunque con menos experiencia, vea que puede aportar valor y se sienta muy orgullosa de todo lo que está haciendo.

¿Cuál sería tu principal reto como líder?

Trabajar con un grupo diverso de personas, porque el lenguaje tiene que adaptarse a todos y eso es difícil. No es sencillo agradarle al 100% de la población, y debes tener una cultura que permita tener diversidad. Que los colaboradores, no solo los líderes, vivan esto, y se respeten uno al otro. No sirve de nada desde la dirección hablar una cosa, si la gente que está con el contacto diario no lo vive y lo siente. Es importante que se entienda que el otro es diferente, que respeten, escuchen y trabajen de forma feliz y orquestada.

¿Qué diferencias notas en las necesidades del talento entre México, Colombia, Brasil?

Creo que son los mismos, no cambia tanto en América Latina. Quizá en otras partes del

el propósito para atraer talento joven tiene que permitir que esta persona, aunque con menos experiencia, vea que puede aportar valor y se sienta muy orgullosa de todo lo que está haciendo.

mundo, pero acá veo que la nueva generación tiene un poco más de ansiedad, de velocidad en su carrera. Tienen mucha más voluntad de ganar rápido en el mundo. Lo que yo veo de mi generación y quizá la de mi papá, por ejemplo, es que todo era más lento. Las cosas sucedían, había que respetar los procesos. Hoy no. Hoy la gente está con ganas de conquistar el mundo, porque conocen mucho más, tienen acceso a más información y el mundo mismo es mucho más rápido que antes.

Cuando contrato a un talento en Brasil, en Colombia o acá, lo que puedo ver de similitud es precisamente las ganas de conquistar el mundo, de aportar mucho, de forma muy intensa y rápida. Es una aproximación general, no quisiera meter a todos en la misma bolsa. Es el sentir de alguien que tiene más de 30 años de trabajo.

En tu tiempo aquí, ¿has tenido oportunidad de trabajar con los egresados del MBA de IPADE?

¿Qué opinión tienes de su labor?

Justo acabamos de tener una charla con una persona que estudió acá en el IPADE. Es un caso de éxito como graduado con honores. Si yo fuera jovencito vendría a inscribirme porque es un programa holístico de preparación de jóvenes talentos para ser futuros líderes de una organización. Es un programa que ellos rotan de seis a ocho meses en el país de origen, por ejemplo, México. Después, se van a la casa matriz, más seis u ocho meses en Dinamarca y luego seis u ocho meses en alguna otra parte del mundo. Están en desarrollo para saber qué pasa en la empresa, cómo es su cultura. Tienen oportunidad de aprender, en un *hands-on job*, cosas diferentes en áreas diferentes y después vuelven a su país de origen para aportar más en un área de su elección, de común acuerdo.

Tuvimos una persona que habló con nosotros. Está feliz con todo lo que aprendió, lo que hizo, y encantado de regresar a México y poder aportar mucho más a su país de origen. Es muy bueno tener personas de alto potencial como las de IPADE.

¿Cuáles son las metas de la empresa en México?

Queremos seguir impulsando la salud en México y trayendo la tecnología. Como ya he

comentado, acabamos de lanzar una terapia novedosa, y México fue el primer país en Latinoamérica, para que llegue de forma rápida y genere accesibilidad a más y más gente que la necesita. Es un poco de nuestro ADN y nuestra misión con México. </>

