



Leiden University aposta na interação entre o hospital e a universidade.

Leiden junta prática e investigação para inovar

Mercado da saúde cresce na medida em que a população envelhece.

Catarina Madeira
catarina.madeira@economico.pt



**QSP
SUMMIT
2011**

Encontrar resposta médica para diagnósticos complexos pode ser o mote para o argumento de uma série televisiva de sucesso, mas no terreno é o trabalho dos mais de 700 membros da Leiden University. Com 11 áreas de investigação, esta instituição holandesa tem apostado a interação entre o hospital e a universidade fazendo da inovação o seu cartão de visita. Um exemplo de marketing no sector hospitalar que vai estar em análise amanhã no QSP Summit, na Exponor (Porto).

Na Leiden University a inovação resulta da conjugação entre o trabalho de estudantes, investigadores e médicos, uma receita que Jetty Hoeksema, responsável pelo departamento de estratégia da universidade e do seu centro médico, garante ter resultados "muito favoráveis". Nos últimos anos, o mercado da saúde tem crescido na mesma medida em que aumenta a procura pelos cuidados de

uma população cada vez mais envelhecida. Para Jetty Hoeksema, este é um sinal da "mudança" e tem levado a Leiden University a apostar, cada vez mais, na qualidade do serviço, mais do que em publicidade e marketing. "Não fazemos anúncios em cartazes, mas estamos muito mais conscientes que temos de colocar os pacientes em primeiro plano e que a colaboração com lares e profissionais de outros hospitais tem de ser muito mais estreita.

A Leiden University é o terceiro 'case study' em análise no QSP Summit, onde também serão debatidos os exemplos da CNN, EDP Renováveis, Real Madrid e Intel. ■

CONFERÊNCIA

QSP Summit

Várias empresas vão apresentar amanhã as suas experiências na conferência internacional de marketing. O evento vai decorrer, na Exponor no Porto.