



aicep Portugal Global

DIREÇÃO COMERCIAL

Relatório do Questionário de Identificação e Segmentação
de Empresas Portuguesas do Setor de **eHealth**

Fileira da Saúde – julho 2021



ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	3
2. ENQUADRAMENTO	4
3. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	6
4. OPORTUNIDADES DO SETOR.....	18
5. CONCLUSÕES	19



1. INTRODUÇÃO

O setor da saúde em Portugal é responsável por cerca de 4% do PIB nacional (cuidados médicos e serviços associados, dispositivos e fármacos), emprega 300 mil trabalhadores e exporta 1291 milhões de euros. Internacionalmente, os fornecedores portugueses são reconhecidos pela grande qualidade dos seus produtos e serviços (FDI 2020), no entanto, no que respeita à balança comercial, o coeficiente de cobertura é de 40,2% (INE 2019) e o investimento em R&D no setor a nível nacional é de cerca de 513 milhões de euros (DGEEC 2018).

A pandemia COVID-19 apresentou enormes desafios para todas as organizações, especialmente no setor da Saúde. A pressão contínua sobre este setor evidenciou o papel fundamental da tecnologia na assistência em cuidados de saúde.

Devido à sua agilidade e capacidade de procurar e encontrar novas oportunidades, as empresas portuguesas, com o apoio dos vários centros tecnológicos especializados e do sistema científico português, têm vindo a desenvolver novas tecnologias e a inovar com serviços e modelos de negócio disruptivos, de grande valor acrescentado e com forte vocação exportadora.

Muitos destes produtos enquadram-se no setor eHealth. A saúde digital é um campo emergente na intersecção da informática médica, saúde pública e negócios, onde a Internet e tecnologias relacionadas (comunicação) fornecem informações e serviços de saúde em diversas áreas, como seja Mobile, Telemedicine, Big Data e ePrescriptions. Na Europa, Portugal é já percecionado como um role model na área de inovação em eHealth (<https://www.statista.com/statistics/1010732/uk-countries-perceived-to-be-role-model-for-ehealth-europe/>).

O mercado da saúde digital é esperado crescer globalmente 6 vezes até 2026, atingindo um volume de negócios de 640 biliões de dólares (Statista, Digital Health, 2020).

Para além de um desenvolvimento técnico, este setor é também caracterizado por uma forma de pensar, uma atitude e um compromisso com o pensamento global em rede, para melhorar a saúde local, regional e mundial utilizando tecnologias de informação e comunicação. Por esta razão, organizações como a WHO (https://www.who.int/health-topics/digital-health#tab=tab_1) e a EU (https://ec.europa.eu/health/ehealth/home_en) têm nas suas agendas estratégias e objetivos específicos para a digitalização da saúde.



2. ENQUADRAMENTO

Face ao reconhecimento internacional da capacidade da oferta nacional e de alguns casos de sucesso, muitos têm sido os contactos de grandes empresas farmacêuticas estrangeiras, bem como dos mercados externos, com pedidos de identificação de empresas neste setor e caracterização de alguns dos subsetores eHealth.

Verificámos que embora o subsetor eHealth seja determinante para o futuro da fileira da Saúde em Portugal existe uma enorme escassez de conhecimento sistematizado sobre o mesmo. Este facto compromete o seu reconhecimento internacional, mas, sobretudo, impede uma verdadeira cooperação entre as empresas, o sistema científico e o setor público que é essencial para a sua competitividade e promoção nos mercados internacionais.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GERAIS:

- Aprofundar o conhecimento do subsetor eHealth.
- Posicionar o País nos mercados externos no domínio das tecnologias da saúde, alavancando as suas exportações e reconhecimento.
- Atrair o interesse de potenciais investidores e *venture capitals*.
- Fomentar à articulação entre os agentes económicos (empresas, sistema científico, setor privado e setor público) com potencial e interesse no desenvolvimento internacional de start-ups.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Fazer um levantamento dos principais agentes (associações, organizações, institutos, universidades, fundos) a atuar neste âmbito;
- Identificar empresas dos setores de eHealth com potencial exportador e registá-las na base de dados da AICEP, fazendo o devido acompanhamento.
- Tipificar os constrangimentos que limitam o seu desenvolvimento no País e a sua capacidade de entrada nos mercados externos;
- Desenvolver novos produtos de capacitação direcionados para este setor.
- Organizar eventos promocionais da oferta portuguesa eHealth e promover rondas de investimento.
- Obter da parte dos clientes sugestões de intervenção e apoio da AICEP;
- Mapear os principais desafios e oportunidades do setor face à pandemia.

METODOLOGIA

Entre 15 de março e 20 de maio de 2021, a AICEP lançou um inquérito junto de empresas do setor de eHealth identificadas pelos Gestores de Cliente (da AICEP) por Associações Setoriais e Incubadoras. O número de empresas observadas foi de 65 empresas nas quais se incluem, start-ups, micro, pequenas, médias e grandes empresas com capital nacional e estrangeiro.

O inquérito foi conduzido por via digital através de um formulário enviado às empresas solicitando a colaboração neste estudo.

A taxa de resposta foi de cerca de 50% em número de empresas embora a representatividade das pequenas empresas tenha sido maior.

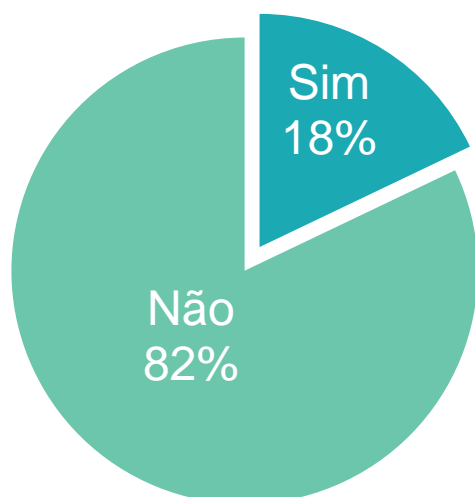
A leitura dos resultados deve ser enquadrada tendo em conta as limitações de natureza metodológica e o enviesamento que poderá existir ao nível da representatividade por segmento de empresas.

O período de referência dos resultados é o período da recolha dos dados.

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

- 1) 82% das empresas não pertencem a qualquer grupo empresarial. Contudo, 40% das empresas que pertencem a Grupos empresariais têm capital estrangeiro.

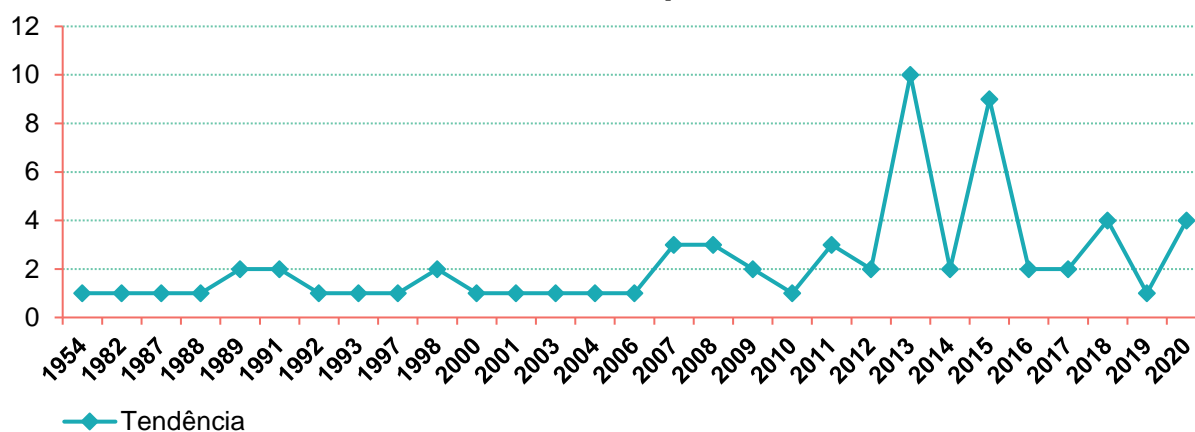
A sua empresa pertence a algum grupo empresarial?



A grande maioria das empresas inquiridas não pertence a grupos empresariais, tendo apenas 18% das empresas respondido que fazem, neste momento, parte de grupos. Estes 18% são constituídos por empresas de várias categorias, PME'S e grandes empresas, mas podemos verificar que 66% das empresas que enquadram como grandes empresas pertencem a um grupo empresarial. Podemos também verificar que cerca de 40% das empresas que pertencem a Grupos empresariais têm capital estrangeiro.

- 2) A tendência mais significativa é o aumento da criação de novas empresas de eHealth a partir de 2006 e que se acentua muito significativamente entre 2012 e 2016.

Qual o ano de constituição da sua empresa?



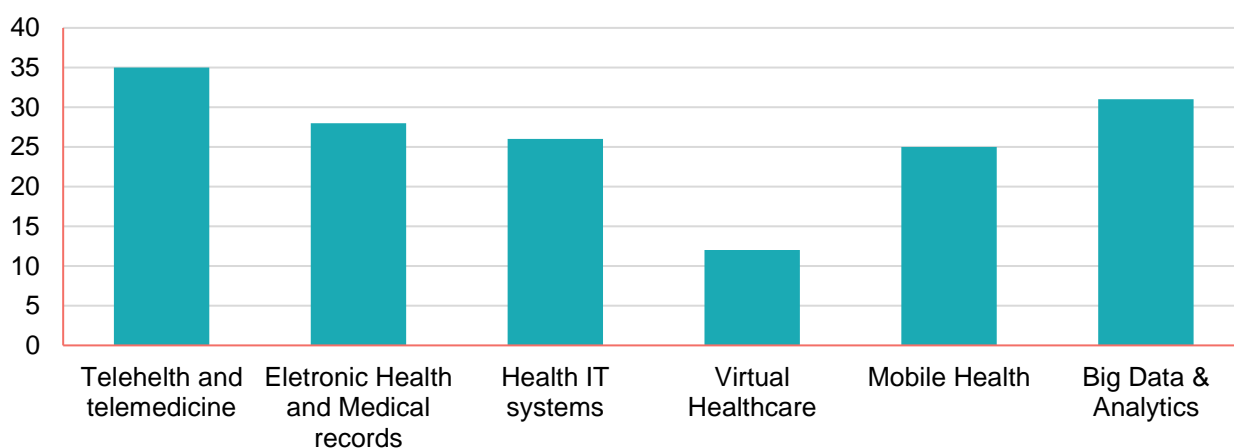
A análise dos dados relativos ao ano de constituição das empresas incluídas neste inquérito permite-nos verificar que entre a década de 50 e o ano 2000 houve uma progressiva aceleração do ritmo de constituição do número de empresas constituídas, com o desfasamento temporal entre a constituição de novas empresas a reduzir significativamente. No entanto, a tendência mais significativa é o aumento na criação de novas empresas de eHealth que ocorre a partir de 2006 e que se acentua muito significativamente entre 2012 e 2016. Embora mantenha níveis relativamente elevados, podemos verificar uma quebra no número de empresas constituídas entre 2016 e 2020.



A progressiva aceleração na criação de novas empresas neste setor e sobretudo o pico que podemos ver a partir de 2012 parece corresponder ao próprio progresso tecnológico, em áreas como a gestão de dados, telemedicina, IOT, entre outras, que tornam possível o surgimento de novos produtos, serviços e ideias de negócio, sendo que o desenvolvimento de todo um ecossistema de financiamento e apoio ao desenvolvimento de Startups neste período poderá, também, ter tido um papel fundamental. No futuro será interessante ver se esta quebra no número de empresas constituídas anualmente a partir de 2016 se irá manter e quais as razões para este fenómeno, sendo que não descartamos a possibilidade desta tendência derivar da própria amostra utilizada neste diagnóstico, uma vez que empresas mais recentes poderão ter uma menor probabilidade de estar na base de dados de contactos da AICEP.

- 3) As empresas inquiridas desenvolvem a sua atividade em mais do que um subdomínio do setor de eHealth sendo a incidência no Telehealth & Telemedicine e no Big Data & Analytics.

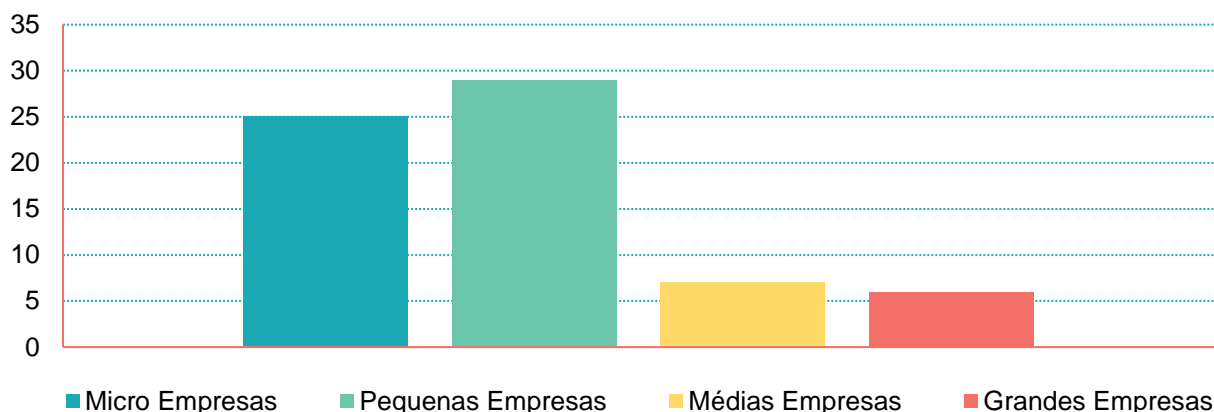
Em que subdomínio do eHealth se enquadra a sua empresa?



As respostas ao questionário neste campo indicaram ainda a especialização das empresas em outras subdomínios como o Digital Genomics, Digital clinical trials, Robotics, Automation, Wearables entre outros.

- 4) 91% das empresas inquiridas do setor de eHealth é composto na sua grande maioria por PME's.

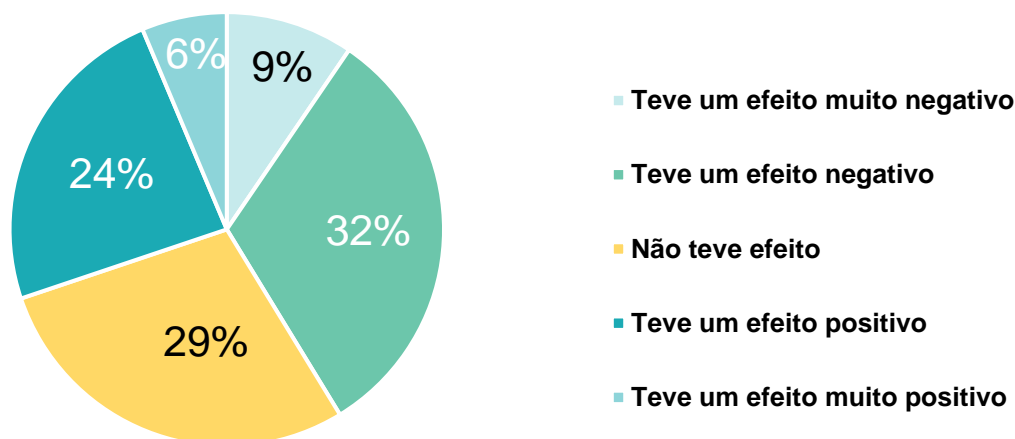
Número de empresas que responderam de acordo com a dimensão.



À imagem do restante tecido empresarial português o setor do eHealth é composto na sua grande maioria por PME's, que representam 91% das empresas inquiridas, e, em particular por Micro e Pequenas empresas, categorias a que pertencem 80% das empresas. Embora a percentagem de Grandes empresas seja comparativamente reduzida, 9%, esta é bastante elevada se tivermos em conta a percentagem de Grandes empresas no tecido empresarial português como um todo, que é inferior a 1%.

- 5) 30% das empresas do setor eHealth melhoraram a sua faturação durante a pandemia e 29% não foram afetadas.

A pandemia teve efeitos na evolução do volume faturação da sua empresa entre 2019 e 2020?

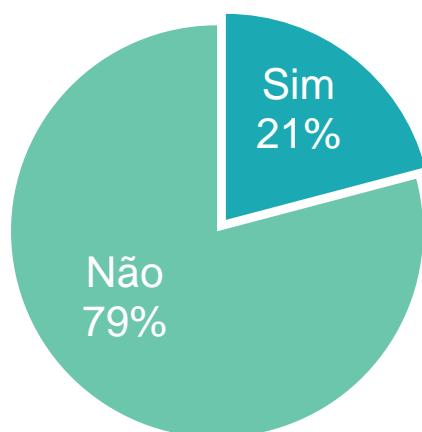


Ao analisar as respostas das empresas inquiridas sobre os efeitos da evolução da pandemia no seu do volume faturação entre 2019 e 2020, podemos verificar que 41% das empresas sentiu efeitos negativos da pandemia, sendo que 9% destas sentiu efeitos muito negativos. No entanto, 30% das empresas sentiram efeitos positivos na sua faturação devido á pandemia, destacando-se os 6% das empresas que tiveram efeitos muito positivos. Os restantes 29% das empresas não sentiram efeitos na sua faturação.

Podemos concluir que embora a pandemia tenha tido um efeito negativo para mais empresas do que um efeito positivo, esta não atingiu o setor eHealth de maneira uniforme, sendo que um número significativo de empresas teve melhorias na sua faturação. Consideramos que este fenómeno está associado a um aumento do investimento em saúde e da procura de certo tipo de produtos e serviços. No entanto, a análise dos dados recolhidos neste inquérito não nos permitiu concluir qualquer tipo de relação entre os efeitos da pandemia e os subdomínios dentro do setor eHealth em que as empresas se enquadram.

6) Uma em cada cinco das empresas de eHealth inquiridas têm capital estrangeiro

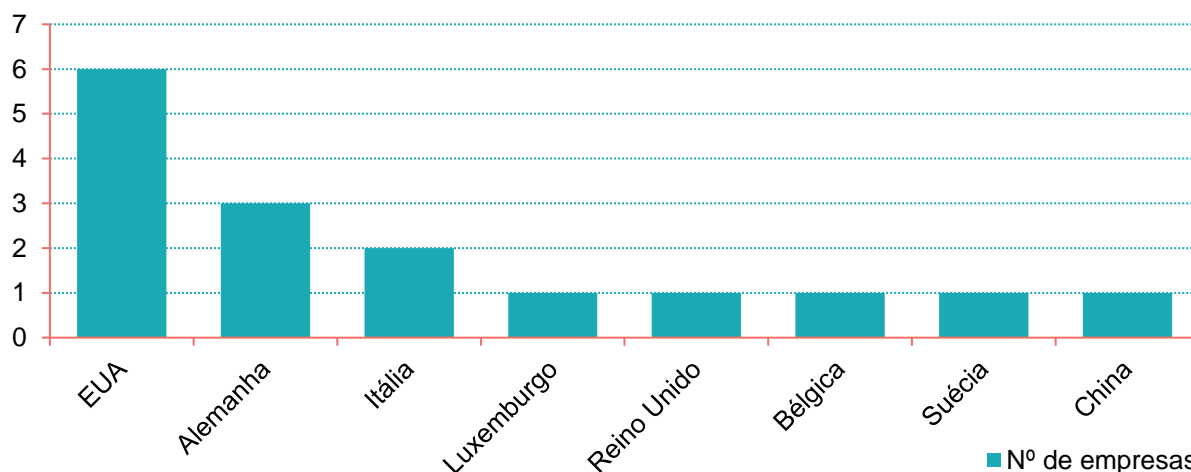
A sua empresa tem capital estrangeiro?



Apenas 21% das empresas inquiridas têm, neste momento, capital estrangeiro, tendo 79% das empresas respondido que não tem capital estrangeiro. Entre as empresas que têm capital estrangeiro encontramos empresas de várias categorias como PME'S e grandes empresas. No entanto, podemos verificar que 50% das empresas que responderam a este questionário e se enquadram na categoria de Grande Empresa têm capital estrangeiro.

7) EUA e Alemanha são os principais países de origem de capital das empresas eHealth em Portugal. O capital chinês acompanha outros países europeus.

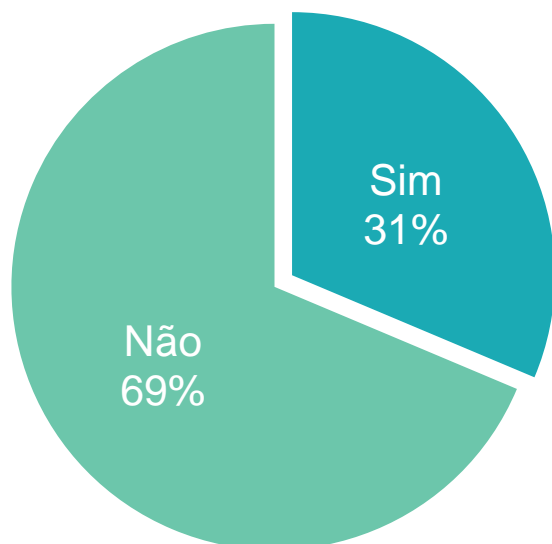
Qual a origem do capital?



O principal país de origem do capital das empresas inquiridas foi Estados Unidos da América, bastante destacado, seguido da Alemanha e Itália. É relevante assinalar que existe uma empresa com capital de origem chinesa, única com capital originário de fora da Europa ou Estados Unidos.

8) 2/3 das empresas inquiridas não pertence a nenhuma incubadora. Não obstante, 45% das empresas criadas após 2010 estão integradas em incubadoras.

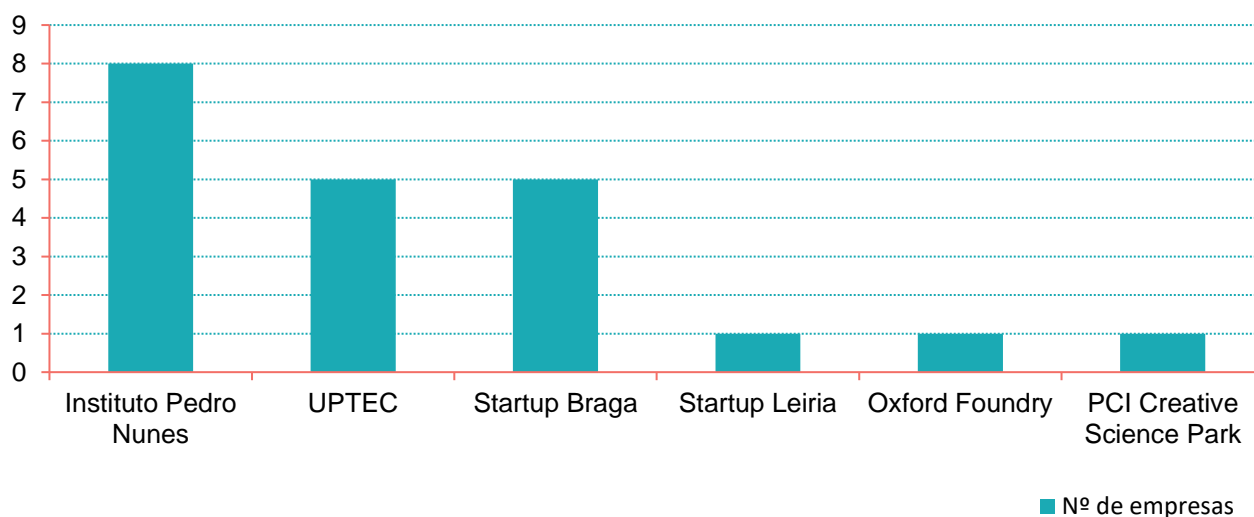
A sua empresa está integrada em alguma incubadora de empresas?



A maioria das empresas inquiridas não está atualmente integrada numa incubadora empresarial, tendo apenas 31% das empresas respondido que está integrada numa incubadora. Estes resultados derivam das incubadoras de empresas terem como principal foco empresas recentes, Startups, sendo que se limitarmos a análise a empresas criadas após 2010, que representam 85% das empresas incubadas neste inquérito, verificamos que esta realidade se altera muito significativamente com mais de 45% das empresas criadas após 2010 a estarem atualmente integradas em incubadoras, o que aponta para um papel importante destas entidades na vitalidade do setor. Nenhuma das grandes empresas que responderam a este inquérito se encontra incubada, mas existem empresas incubadas pertencentes a grupos empresariais e com capital estrangeiro.

- 9) É nas regiões centro e norte que se concentram as incubadoras com maior número de empresas deste setor

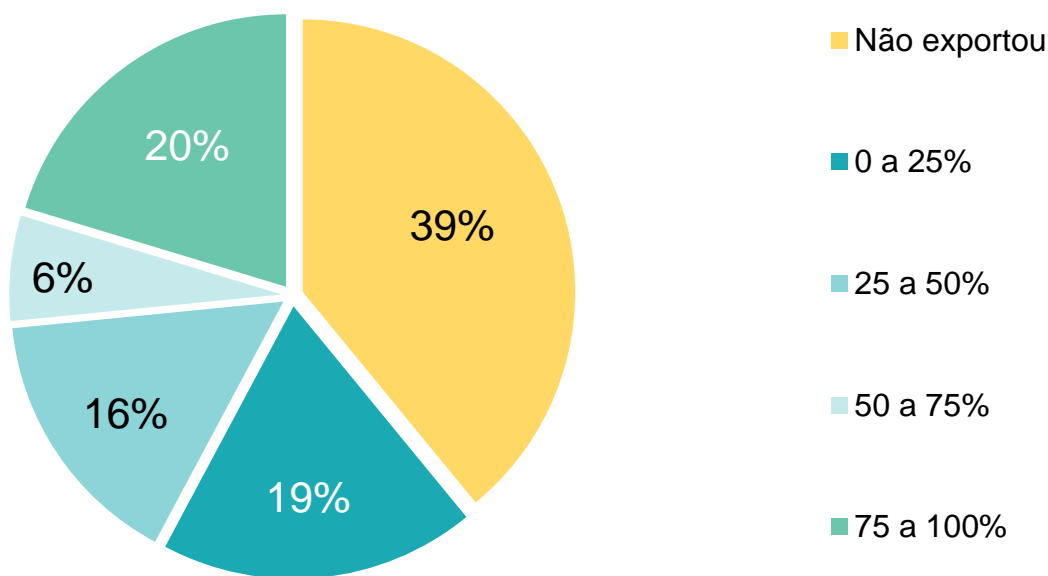
Qual a incubadora em que a sua empresa está integrada?



A incubadora empresarial que concentra um maior número de empresas é o Instituto Pedro Nunes, com 8 empresas entre as inquiridas, seguido da UPTEC e da Start-up Braga com 5 empresas cada. As restantes incubadoras referidas neste inquérito têm 1 empresa cada.

- 10) 39% das empresas inquiridas não exportou, mas 1/5 das empresas exportadoras atingiu um volume de negócios internacional de 75% a 100%

Qual o peso das exportações na faturação da sua empresa em 2020?



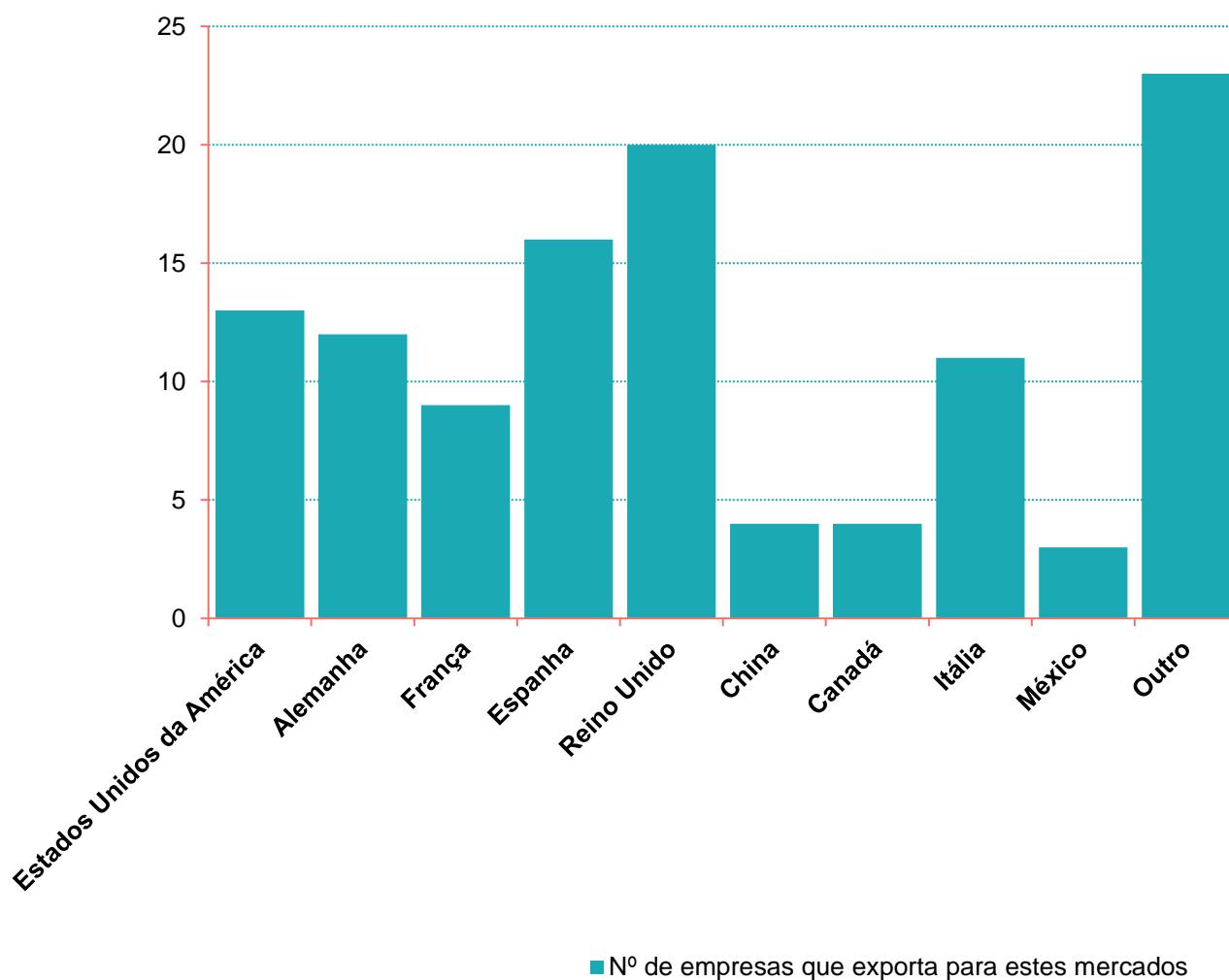
A análise das respostas sobre o peso das exportações na faturação das empresas de eHealth em 2020, permitiu-nos verificar que 39% das empresas inquiridas não exportou. A principal tendência que identificamos entre as empresas não exportadoras foi a predominância de Microempresas, ou seja, parece existir uma relação entre a dimensão das empresas e a propensão para a exportação. Adicionalmente 35% das empresas exportou menos de 50% da sua faturação. Estas empresas têm perfis muito heterogéneos, mas podemos verificar que existe uma predominância de empresas criadas antes de 2010.

Por outro lado, é importante destacar que entre os 26% de empresas que exportaram mais de 50% da sua faturação, 20% exportaram mais de 75% da mesma. As empresas mais exportadoras são na sua quase totalidade Pequenas e Médias empresas, na sua maioria criadas após 2010 e com uma proporção de empresas incubadas próxima dos 50%.

Estes dados apontam para a necessidade de reforçar a internacionalização do setor, área onde a AICEP poderá ter um papel relevante, mas também para existência de uma minoria de empresas que já estão fortemente internacionalizadas e que demonstram o potencial exportador deste setor em Portugal.

- 11) Os destinos de exportação das empresas de eHealth focam-se sobretudo no Reino Unido, Espanha e Estados Unidos.

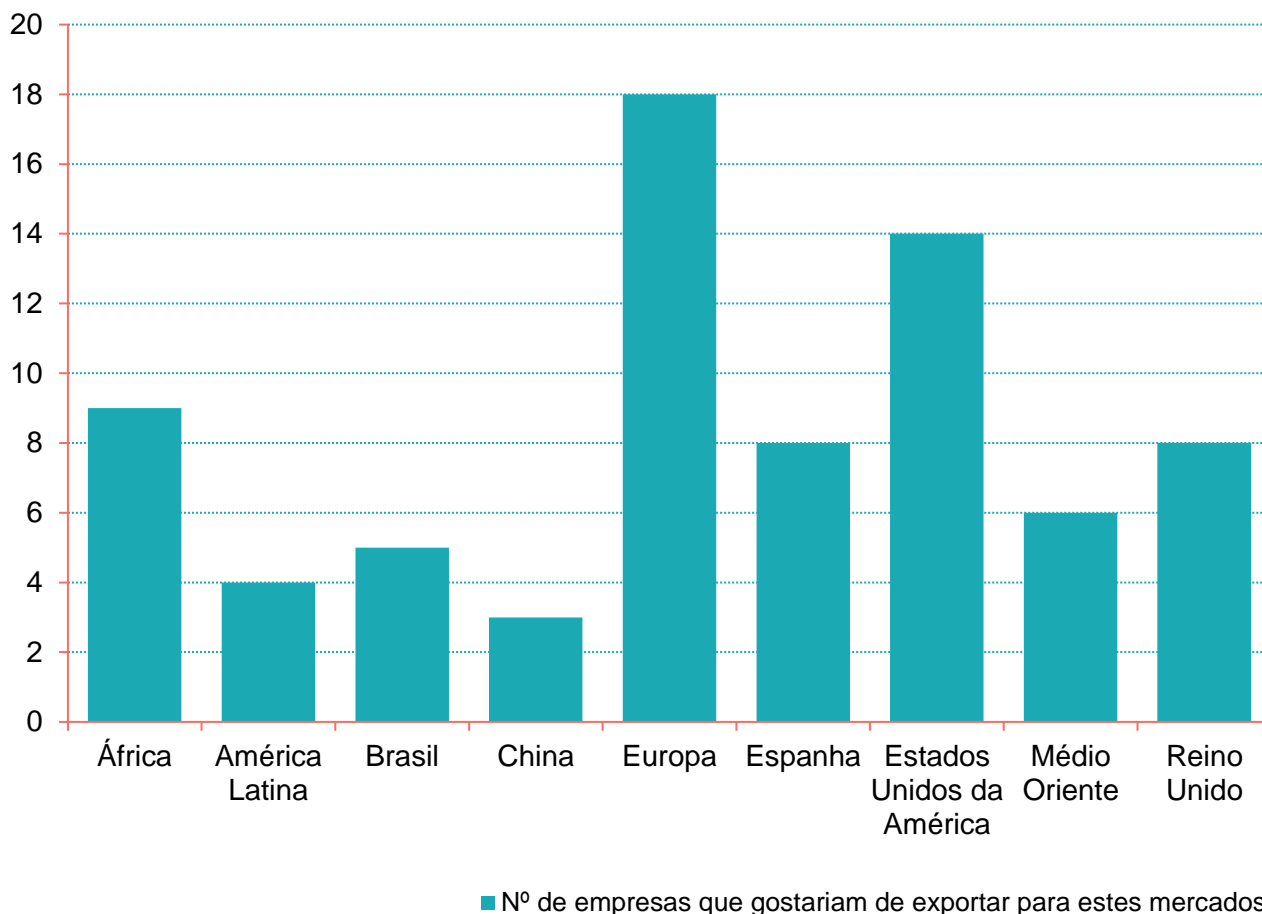
Quais os mercados para onde a sua empresa exporta atualmente?



Os mercados de preferência das empresas portuguesas no setor do eHealth são o Reino Unido, seguidos pela Espanha, Estados Unidos da América, Alemanha, Itália e França. Existe também uma procura pelos mercados da China, Canadá e México. Não obstante, existe também uma diversificação já que a opção “outros” é de longe a que obteve mais respostas.

12) Mercado europeu e EUA destacam-se como principais destinos-alvo das empresas de eHealth.

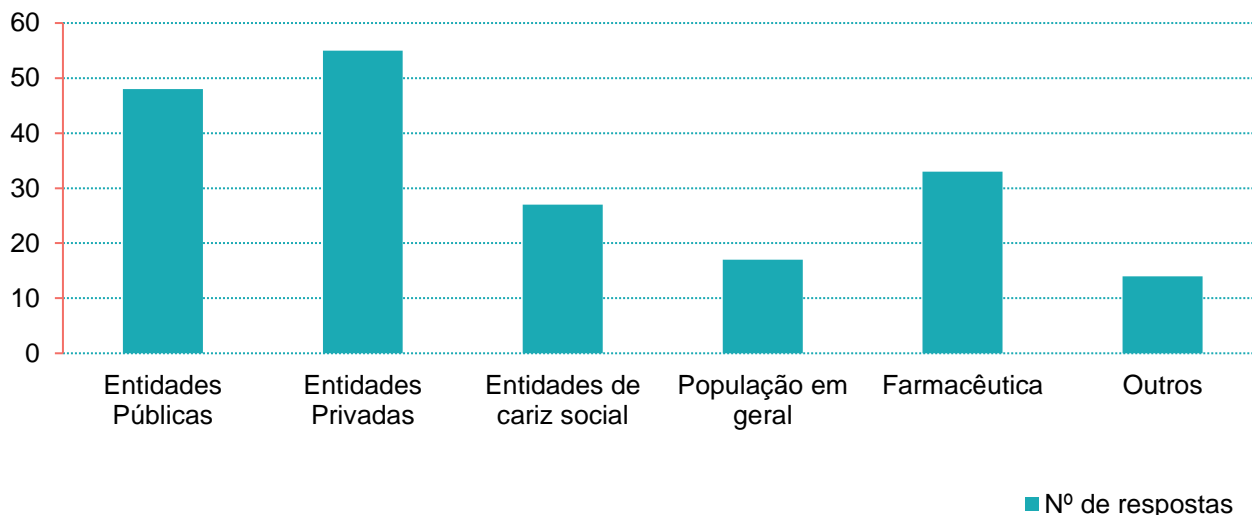
Quais os mercados para os quais a sua empresa não exporta, mas tem como objetivo exportar no futuro?



O mercado com maior procura das empresas inquiridas foi a Europa, seguida dos Estados Unidos da América. Estes dados vão de acordo com a tendência das exportações portuguesas já registadas cujo primeiro mercado-alvo corresponde à Europa, sendo Espanha e o Reino Unido os países mais procurados. Outros mercados tradicionais de exportação para empresas portuguesas são os países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP) e a América Latina, da qual se destaca o Brasil. Pode-se notar um interesse acentuado no mercado do Médio Oriente que se justifique talvez pelo poder de compra destes países.

13) Os clientes-alvo das empresas de eHealth não são os consumidores finais.

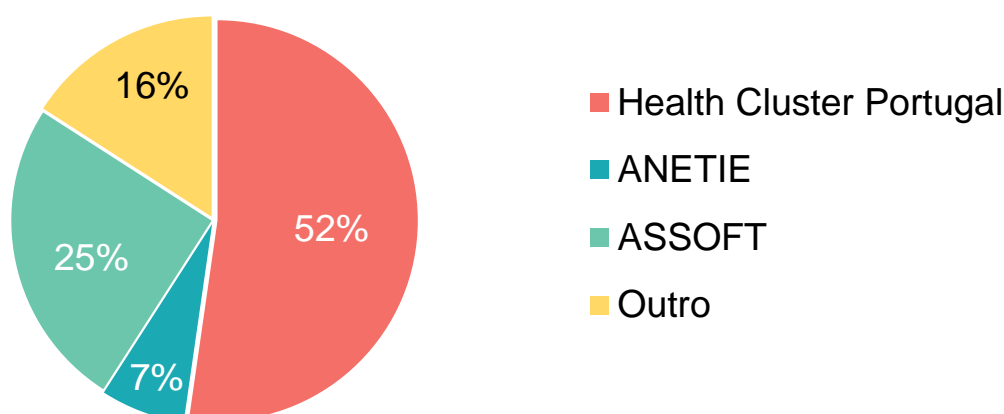
Em que categoria se enquadram os seus potenciais clientes?



O tipo de potenciais clientes que obtém mais procura por parte das empresas no setor do eHealth são as Entidades Privadas, seguidas das Entidades Públicas e do setor farmacêutico. As entidades de cariz social e a população em geral são os potenciais clientes menos procurados, tendo, no entanto, alguma procura. Por último a secção “outros” obteve ainda algumas respostas, não tendo atingindo, no entanto, um número significativamente relevante para a amostra.

14) Health Cluster Portugal conta com mais de metade das empresas associadas do setor eHealth

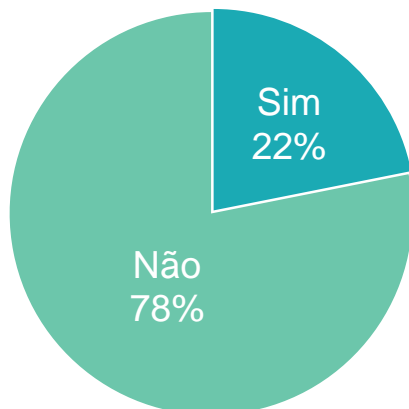
A sua empresa pertence a alguma associação empresarial?



Das empresas inquiridas que pertencem a uma associação empresarial, mais de 50% pertence ao Health Cluster Portugal (52%), cerca de 25% das empresas estão associadas à ASSOFT, cerca de 7% à ANETIE e 16% a outras associações empresariais.

- 15) A maioria das empresas de eHealth não comercializa os seus produtos através de plataformas online fruto das particularidades do setor.

A sua empresa vende através de alguma loja/plataforma online?



A maioria das empresas inquiridas não pratica o e-commerce, tendo cerca de 78% das empresas respondido não vender através de alguma loja ou plataforma online. Entre as empresas que vendem online, não foi possível aferir relações com a sua dimensão ou subdomínio, mas verifica-se que a maioria significativa das empresas foi criada na última década.

- 16) Principais tendências que marcam a evolução do setor eHealth

As respostas a este questionário apontam para que no futuro haja um maior foco na digitalização e integração dos cuidados de saúde de forma a melhorar a sua acessibilidade e qualidade, reforçando simultaneamente a sua personalização.

São apontadas várias tendências que ajudarão a materializar esta previsão. No entanto, existe um fator que mais que uma tendência é um pré-requisito necessário para que estas venham a ser uma realidade. A recolha, integração, partilha, análise e utilização de grandes quantidades de dados é a chave, segundo as empresas participantes, para o futuro do eHealth. As tendências em baixo identificadas vão no sentido de melhorar a sua recolha, através de tecnologia móvel para adquirir dados, e à otimização da sua utilização para revolucionar a relação entre paciente e médico, validar diagnósticos, prestar apoio remoto a pacientes, desenvolver novos produtos, apoiar a investigação e desenvolvimento em saúde, otimizar os processos administrativos e produtivos, entre muitos outros exemplos. Este processo terá de ser acompanhado pela definição de standards que possam garantir a qualidade dos dados e o valor da sua integração. Embora não tenha sido o foco deste questionário, fica claro algum desconforto por parte das empresas do setor com a atual regulamentação relativa à proteção de dados de saúde a nível europeu bem como a aplicação do regulamento a nível interno e, sobretudo, com a incerteza sobre a evolução da mesma que poderá pôr em causa a viabilidade de vários modelos de negócio.

A tendência mais apontada pelas empresas de eHealth é o crescimento dos serviços à distância como a telemedicina, teleconsultas e a telefarmácia. A disponibilidade e partilha de dados dos pacientes, com o devido controlo, onde quer que estes estejam tornará possível ter consultas à distância eficazes e com menores custos. Esta realidade não se aplicará apenas às consultas, mas, prospectivamente, trará uma descentralização da medicina no geral.



Sendo também um serviço à distância, a telemonitorização, monitorização em tempo real de parâmetros críticos do paciente, teve um especial destaque na resposta das empresas. A rápida evolução da IOT associada aos wearables de saúde e o número crescente de cidadãos com acesso a smartphones permite a monitorização de parâmetros de saúde à distância, fornecendo ao médico informação precisa sobre o estado do paciente, aumentando a vigilância, e permitindo desenvolver soluções de self awareness, aumentando a capacitação dos doentes através de um maior e melhor acesso a informação, ou seja, cada um de nós passará a ter informação clínica no bolso. Portugal tem já em funcionamento experiências de sucesso de telemonitorização onde se verificam elevados graus de satisfação dos doentes, clínicos e técnicos envolvidos. Espera-se que esta tendência se estenda aos cuidados domiciliários, com redução de internamentos, o que já é uma tendência crescente.

É esperado um maior recurso a ferramentas de Inteligência Artificial e Machine Learning para ajudar nos diagnósticos, monitorização e prevenção da doença, economizando tempo, reduzindo o número de potenciais erros e aumentando a eficiência. Estas tecnologias serão também utilizadas para o controlo de pandemias, na investigação de novas terapias em áreas como a genética, celular, vacinas e na gestão dos recursos de saúde otimizando a utilização dos mesmos e reduzindo os custos. O acesso a sistemas de Suporte de Decisão Clínica, não só auxiliarão os profissionais de saúde no diagnóstico e tratamento de pacientes, como terão profundos impactos na forma como estas funções serão desempenhadas no futuro. Consequentemente, esta evolução levará a uma necessária adaptação na forma como se ensina medicina, área em que várias empresas de eHealth começam a apostar.

Algumas das empresas que responderam a este questionário têm já um relacionamento sólido com a AICEP tendo recorrido aos nossos serviços no âmbito dos seus processos de internacionalização. Das várias experiências que foram partilhadas verificámos que as empresas tiveram, globalmente, experiências positivas.

É destacado o papel da rede externa da AICEP na identificação de potenciais clientes e na validação institucional da oferta portuguesa, fundamental para a abertura de portas em alguns mercados. As missões empresarias e programas de promoção externa organizadas pela AICEP são outro serviço muito valorizado pelas empresas de eHealth. Várias empresas referiram que estas ações, como por exemplo o programa Portugal to Take Off, tiveram um papel importante na sua internacionalização e podem ter um verdadeiro efeito catalisador para o setor nos mercados externos. Outro ponto forte identificado foi a produção e disponibilização de informação e experiência prática, através da nossa rede externa, sobre os mercados o que permite às empresas abordar os mesmos tendo em contas as suas multiplicidades culturais e económicas.

Contudo, foram também apontados alguns pontos fracos á atuação da AICEP, bem como potenciais áreas de melhoria. As empresas de eHealth têm consciência que pela natureza dos seus produtos e serviços a sua maior dificuldade é a comercialização pois os leads times são, na sua maioria, longos. Este facto exige que a AICEP adapte a sua oferta no que diz respeito á produção de listas de potenciais clientes, que devem ser mais especificas para a oferta de cada empresa, evitando uma dispersão injustificada de recursos, e no acompanhamento que é feito posteriormente aquando do contato com os potenciais clientes. A lista deverá ser o primeiro passo de todo um processo de abordagem ao mercado a médio prazo.

Para algumas empresas o conhecimento que a AICEP tem sobre o setor eHealth é demasiado superficial o que limita a sua capacidade de apoiar a internacionalização deste setor.



17) Quais os contributos que a AICEP poderia dar para a internacionalização das empresas do setor eHealth?

O contributo mais referido pelas empresas neste questionário, identificado pela quase totalidade das mesmas, foi o apoio na identificação de potenciais clientes e parceiros através da rede externa da AICEP. As empresas de eHealth consideram que a AICEP pode dar um contributo para a sua internacionalização através da identificação de potenciais clientes e ou parceiros privados e públicos nos mercados alvo, mas também colocando as empresas portuguesas em contato com stakeholders, associações e entidades de investigação e desenvolvimento relevantes no mercado. Neste ponto são focadas as listas de potenciais clientes, já disponibilizadas pela agência, mas existe também um grande ênfase na necessidade de complementar as mesmas. As empresas sugerem que antes de avançar para a prospeção haja uma validação da estratégia e do interesse potencial do mercado, que deverá ser feita com o apoio do ponto de rede, e que posteriormente à identificação dos potenciais clientes a Agência promova ações de networking, a marcação de encontros B2B e apoie no agendamento de reuniões nos mercados.

Outra área considerada fundamental neste questionário foi o papel da AICEP enquanto promotora da participação em eventos, programas e projetos internacionais, sejam feiras, seminários, visitas de prospeção, entre outros exemplos. Algumas empresas indicam também que a AICEP poderia e deveria organizar internamente mais ações nesta área. Várias respostas focam a necessidade de apoio financeiro da AICEP para a participação nestas ações externas, o que já é feito pela agência recorrendo aos instrumentos de financiamento disponíveis, o que pode indicar algum desconhecimento ou inadequação dos apoios à internacionalização Portugal 2020.

É visível pelas respostas neste questionário que estas empresas têm um grande interesse em participar ativamente em concursos internacionais promovidos por organizações multilaterais e outras entidades, mas que sentem que estes são pouco divulgados em Portugal, devendo a AICEP ter um papel mais ativo na sua identificação e publicitação. Para as empresas eHealth a AICEP deveria igualmente apoiar no processo de elaboração e submissão de propostas a estes concursos. A AICEP já presta este tipo de apoio através da sua equipa de Multilaterais, podendo justificar-se a organização de algumas ações direcionadas para este setor, de forma a divulgar nossa oferta na área.

A Comunicação é outro aspeto em que as empresas consideram que a AICEP poderá ter um papel importante, aumentando a visibilidade externa do setor e promovendo assim o seu sucesso internacional. É sugerida a criação de campanhas de marketing promovendo o eHealth “made in Portugal” e divulgando soluções inovadoras desenvolvidas em Portugal. Algumas empresas sugerem também a divulgação de casos de sucesso e das parcerias já existentes na área da saúde em outras geografias.

Em linha com a missão da Agência as empresas de eHealth consideram que a AICEP deve promover a captação de investimento estratégico nesta área que contribua para alavancar o setor em Portugal. No entanto, as respostas focam também a necessidade da AICEP apoiar o IDPE, sendo que a aquisição de players nos mercados alvo pode ser uma estratégia viável para expansão nos mesmos. O ecossistema eHealth Português é formado em grande parte por Startups, sendo que a captação de rondas de investimento é essencial para o sucesso das mesmas.

Por último as empresas eHealth consideram que a AICEP pode apoiar a sua internacionalização através da produção e divulgação de Informação. Esta informação deve focar as características gerais dos mercados, guidelines para entrada e atuação nos mesmos, as questões logísticas, as questões regulamentares muito complexas neste setor e ainda informação sobre feiras e outros eventos relevantes nos diversos mercados.



4. OPORTUNIDADES DO SETOR

As empresas nacionais destacam-se com a criação de soluções como testes antigénios, testes rápidos, produção de princípios ativos, fabrico de ventiladores, mas também soluções tecnológicas de mapeamento e rastreamento dos casos de COVID19.

Com o desenvolvimento tecnológico, surgem novos produtos, novas formas de interação com os dispositivos móveis, novas ferramentas de telemonitorização, novas formas de trabalho, inteligência artificial e tecnologias de impressão, novos serviços de assistência remota, uso da tecnologia blockchain, uso da Robótica Avançada, a impressão 3D de órgãos vitais humanos, a genómica, entre outras. Este processo de evolução tecnológica é já uma forte tendência e nenhuma atividade no setor da saúde ficará alheia à incorporação crescente da tecnologia, fazendo desta um recurso fundamental. A cooperação entre os novos atores da economia 4.0 (aceleradores, incubadoras, start-ups, instituições académicas, empresas de referência da área farmacêutica e da biotecnologia, fabricantes de equipamentos e dispositivos médicos, investidores...) está a gerar um ecossistema totalmente novo que deverá aportar enormes vantagens para a Economia e para os cidadãos.

O Plano de Recuperação e Resiliência aprovado no passado dia 13 de julho poderá constituir-se como uma oportunidade para o setor do eHealth já que prevê o investimento na transição digital no Sistema de Saúde, no valor de 300 milhões de euros, sendo estes distribuídos em quatro pilares de intervenção:

- 1) a rede de dados, com o objetivo de melhorar a qualidade de serviço e a resiliência dos sistemas informáticos do Serviço Nacional de Saúde, para uma maior segurança e auditabilidade dos dados da saúde;
- 2) a simplificação, uniformização e digitalização dos canais de comunicação entre o cidadão e as unidades de saúde;
- 3) a modernização dos processos de trabalho dos profissionais de saúde.
- 4) a uniformização e generalização de dados críticos centrado nos Registos Nacionais.



5. CONCLUSÕES

Os resultados-chave deste questionário confirmam que:

- 91% das empresas inquiridas do setor de eHealth é composto na sua grande maioria por PME's.
- É nas regiões centro e norte que se concentram as incubadoras com maior número de empresas deste setor.
- 2/3 das empresas inquiridas não pertence a nenhuma incubadora. Não obstante, 45% das empresas criadas após 2010 estão integradas em incubadoras.
- 82% das empresas não pertencem a qualquer grupo empresarial. Contudo, 40% das empresas que pertencem a Grupos empresariais têm capital estrangeiro.
- A tendência mais significativa é o aumento da criação de novas empresas de eHealth a partir de 2006 e que se acentua muito significativamente entre 2012 e 2016.
- 30% das empresas do setor eHealth melhoraram a sua facturação durante a pandemia e 29% não foram afectadas.
- Uma em cada cinco das empresas de eHealth inquiridas têm capital estrangeiro.
- EUA e Alemanha são os principais países de origem de capital das empresas eHealth em Portugal. O volume de capital chinês acompanha outros países europeus.
- 39% das empresas inquiridas não exportou mas 1/5 das empresas exportadoras atingiu um volume de negócios internacional de 75% a 100%.
- Os destinos de exportação das empresas de eHealth focam-se sobretudo no Reino Unido, Espanha e Estados Unidos.
- Mercado europeu e EUA destacam-se como principais destinos-alvo das empresas de eHealth.
- Os clientes-alvo das empresas de eHealth não são os consumidores finais.
- O Health Cluster Portugal conta com mais de metade das empresas presentes em associativismo do setor eHealth.
- A maioria das empresas de eHealth não comercializa os seus produtos através de plataformas online fruto de se tratar de um setor sobretudo B2B.
- A utilização de grandes quantidades de dados, inerente a esta atividade, é um processo que urge ser acompanhado pela definição de standards que possam garantir a qualidade dos dados e o valor da sua integração. É claro o desconforto das empresas do setor relativamente à atual proteção de dados de saúde a nível europeu e a aplicação do regulamento a nível interno.
- Cada um de nós passará a ter informação clínica no bolso. A rápida evolução da IOT associada aos wearables de saúde e o número crescente de cidadãos com acesso a smartphones permite a monitorização de parâmetros de saúde à distância, fornecendo ao médico informação precisa sobre o estado do paciente, aumentando a vigilância e permitindo desenvolver soluções de self awareness,



aumentando também a capacitação (apoio à prevenção) dos doentes através de um maior e melhor acesso a informação.

- O acesso a sistemas de Suporte de Decisão Clínica, não só auxiliarão os profissionais de saúde no diagnóstico e tratamento de pacientes, como terão profundos impactos na forma como estas funções serão desempenhadas no futuro. Consequentemente, esta evolução levará a uma necessária adaptação na forma como se ensina medicina, área em que várias empresas de eHealth começam a apostar. As empresas não só reconhecem o papel da aicep ao nível da identificação de potenciais clientes, como ao nível da sua capacitação e integração em networks globais. É consensual que este acompanhamento é fundamental e que deverá ser continuamente ajustado a este “novo” setor podendo dessa forma proporcionar outras mais-valias, como seja o apoio em rondas de investimentos e a exposição a potenciais investidores internacionais.
- As empresas não só vêm a relevância do papel da AICEP ao nível da identificação de potenciais clientes estrangeiros, como ao nível da sua capacitação e integração em networks globais. É consensual que este acompanhamento é fundamental e que deverá ser continuamente ajustado a este “novo” setor podendo dessa forma proporcionar outras mais-valias, como seja o apoio em rondas de investimentos e a exposição a potenciais investidores internacionais.