

Boehringer Ingelheim apuesta por su programa de responsabilidad social

Una vez más, como viene sucediendo desde 2000 dos veces al año, los colaboradores de Boehringer Ingelheim han tomado parte activa en la campaña de donación de sangre del Servicio Catalán de Salud. Según datos de la farmacéutica alemana, desde que se inició esta colaboración hace ocho años, se han producido más de 750 donaciones de sangre en la planta de Sant Cugat del Vallès. El número de donantes en la compañía ha ido en aumento de año en año.

Esta iniciativa se enmarca dentro de las acciones de Responsabilidad Social que lleva a cabo la compañía, entre ellas la donación de juguetes a la Fundación Soñar Despierto, los programas de concienciación de la importancia de abandonar el tabaco en pacientes con enfermedad pulmonar obstructiva crónica, los programas dirigidos al cuidado de la salud de sus colaboradores, las colonias infantiles para sus hijos, iniciativas encaminadas a cuidar el ambiente y gestión de recursos naturales o la colaboración con la Fundación FIPSE, dedicada a promover programas de investigación y prevención del sida.

En su programa de Responsabilidad Social, Boehringer Ingelheim también recoge acciones dirigidas a mejorar la atención sanitaria en países en vías de desarrollo. Entre otras destaca la donación de 1.300.000 unidades de *Viramune* (nevirapina) para prevenir la transmisión de madre a hijo del virus del sida en el momento del parto o la provisión de antiretrovirales a un precio significativamente reducido.



Rovi comercializa una vacuna de Sanofi Pasteur MSD

Laboratorios Farmacéuticos Rovi comercializará para España la vacuna Pneumovax-23 de Sanofi Pasteur MSD. Esta vacuna está indicada para ayudar a la protección contra las infecciones graves producidas por neumococo. Esto es, neumonía, meningitis e infecciones en la sangre.

Rovi y Sanofi Pasteur MSD suscribieron recientemente un contrato por el cual la compañía europea otorgaba a la farmacéutica española los derechos de comercialización.

Rovi señaló en un comunicado que con Pneumovax-23 se consolida la cartera de productos de su división hospitalaria.

Nota aclaratoria

En el número de mayo de 2008 de Farmacia Profesional se publicó en esta sección la noticia titulada «El COF de Castellón homologa Farmatic Windows para gestionar la receta electrónica». Esta redacción quiere precisar, para evitar malos entendidos, que esta marca de software no es la única homologada por el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Castellón y que existen en el mercado otros programas de gestión de la oficina de farmacia homologados por el COF con ese fin. Lamentamos la confusión que el redactado de la noticia haya podido ocasionar y pedimos disculpas por ello a los lectores.

Gracias.

Economía y empresa

Novo Nordisk recibe el premio *Medical Design Excellence Awards*

El programa Medical Design Excellence Awards ha premiado por sus avances en diseño y contribución a la asistencia sanitaria a Novo Nordisk. El jurado ha valorado muy positivamente su aguja para la inyección de insulina, *Novofine Autocover*.

Novofine Autocover está diseñada para ocultar la aguja durante la inyección y quedar bloqueada tras su uso. Este sistema reduce el riesgo de lesiones por pinchazo y ayuda a las personas con diabetes a superar la ansiedad del pinchazo.

Se estima que, el 10% de las personas con diabetes sufren de miedo a las agujas, hasta el punto de evitar las inyecciones; y que en Estados Unidos, anualmente, alrededor de mil profesionales de la salud contraen infecciones graves por pinchazos inesperados. La *American Nurses Association* estima que más del 80% de las lesiones por pinchazo con agujas se podrían evitar con el uso de agujas más seguras.



La campaña Euromelanoma 2008 se difunde a través de internet

La campaña de lucha contra el melanoma que anualmente pone en marcha Laboratorios Dermatológicos Avène en colaboración con la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV), Euromelanoma 2008, se desarrollará a través del sitio www.prevenciondelmelanoma.es. Avène y la AEDV consideran que el avance de las nuevas tecnologías y la cada vez mayor implantación de internet en la sociedad (se estima que en España el 41,6% de la población utiliza este medio de comunicación) hacen de éste el canal más idóneo para difundir los mensajes de la campaña: la importancia de cuidar y proteger la piel del sol no sólo en verano, sino durante todo el año. Creada con este fin y bajo esta perspectiva, en www.prevenciondelmelanoma.es se podrán encontrar todos los detalles de la campaña Euromelanoma 2008, así como información sobre los peligros del sol y consejos preventivos. Además, esta web, operativa durante todo el año, será el único lugar donde apuntarse para concertar cita con un dermatólogo.



Primera convención de FedintiA



David Pardo, director general de Federació Farmacèutica

La central de compras, ventas y marketing de Federació Farmacèutica, FedintiA, celebró recientemente su primera convención, reuniendo a más de 500 profesionales entre miembros de la entidad y representantes de los laboratorios colaboradores y del sector farmacéutico en general. La reunión ha tenido lugar al cumplirse dos años del nacimiento de FedintiA. Durante el encuentro, el director general de Federació Farmacèutica, David Pardo, hizo un balance muy positivo de estos 24 meses. Entre las claves del éxito, Pardo destacó «el cooperativismo comprometido y las grandes sinergias con los laboratorios» y que «las compañías estén centrando cada vez más sus inversiones en promocionar distintas actividades en el punto de venta». Las expectativas para el futuro también son optimistas. Según apuntó Pardo, se espera llegar a las 500 oficinas de farmacia asociadas a finales de este año. Entre las novedades previstas para 2008, Pardo destacó la creación de la tarjeta de fidelización y de una revista bimensual de salud para el consumidor final. FedintiA también se ha marcado como principal reto de futuro reforzar aún más la imagen de todas las oficinas de farmacia miembros mediante la potenciación de la marca.

Novartis apuesta por la oftalmología

En los próximos años, Novartis se hará con la propiedad mayoritaria de Alcon Inc., empresa dedicada a la atención oftalmológica, actualmente en manos de Nestlé. Novartis y Nestlé han firmado un acuerdo por el cual la compañía farmacéutica obtiene el derecho a dicha adquisición.

La compra se llevará a cabo en dos fases. La primera de ellas se completará durante el segundo semestre de este año y en ella Novartis adquirirá, por 11 millones de dólares, un 25% de las participaciones de Nestlé en Alcon. En la segunda fase, Novartis podrá comprar el 52% restante de las acciones de Alcon propiedad de Nestlé. Esta operación tendrá lugar entre enero de 2010 y julio de 2011. De hacerse efectiva la adquisición, Alcon pasará a ser una subsidiaria de propiedad mayoritaria de Novartis.

Según explicó el presidente y consejero delegado de la compañía farmacéutica, Daniel Vasella, «esta adquisición refuerza nuestra estrategia de acceder a segmentos del mercado sanitario de gran crecimiento. El ajuste estratégico de Alcon y Novartis es excelente, debido a nuestras carteras de productos complementarias y a las sinergias de I+D. La atención oftalmológica continuará creciendo dinámicamente, ya que existe una necesidad médica de desarrollo no atendida, impulsada principalmente por el envejecimiento de la población mundial».