

LABORATORIOS ORDESA CREA UN «CLUB DE PADRES» ONLINE



Para favorecer y fomentar la interacción de las familias con hijos, Laboratorios Ordesa ha creado en su propio entorno web un «Club de padres». El objetivo es que los padres y madres

puedan compartir experiencias y consejos, pero también facilitarles alternativas lúdicas como el intercambio de recetas de cocina o el acceso a una aplicación que permite crear álbumes personalizados tanto del embarazo como de la evolución de sus bebés, con fotos, datos de crecimiento y anécdotas, por ejemplo.

El «Club de padres» es fruto de la renovación del espacio en internet de la compañía farmacéutica, www.ordesa.es. Una renovación que, según explicó el director de Marketing de estos laboratorios en España, Joan Artigas, responde al afán de acercarse aún más a la realidad de las familias con hijos ofre-

ciéndoles toda la información necesaria sobre su completa gama de productos, novedades y promociones, y creando un espacio donde encuentren contenidos de utilidad sobre el desarrollo de sus hijos y donde puedan compartir información y experiencias personales.

Para conseguir todo esto, el contenido del sitio web se estructura en espacios diferenciados con información, por una parte, sobre el embarazo y, por otro, sobre las diferentes etapas del cuidado, la nutrición y el desarrollo del bebé. Y toda la información de carácter divulgativo está basada en el propio *know-how* de la compañía.

MSD RENUEVA SU SITIO WEB CORPORATIVO EN ESPAÑOL

MSD ha renovado su web corporativo en español, www.msd.es. En relación con la versión anterior, según explicó el director de Estrategia y Desarrollo de Negocio de MSD, David Laws, el nuevo espacio en internet incluye numerosas novedades y mejoras tanto en diseño como en navegación, contenidos y tecnología.

Con respecto al contenido, por ejemplo, los profesionales sanitarios disponen de un espacio específico donde

poder consultar información científica relacionada con las áreas terapéuticas y productos de MSD. Y todos los usuarios del sitio la web en general pueden acceder a los principios éticos por los que se rige la compañía; a los proyectos que desarrolla en el área de Responsabilidad Social Corporativa; a información sobre patología, con especial hincapié en aspectos de prevención y tratamiento temprano de las enfermedades para lograr una mejor calidad de vida; a informa-

ción sobre las actuales líneas de investigación y demás aspectos que preocupan al ciudadano.



EL CLUB DE LA FARMACIA IMPULSA LA INICIATIVA «FARMACIA SEGURA»

Saber qué piensan sobre la seguridad de su lugar de trabajo y cuál es su experiencia personal. Con este fin, el Club de la Farmacia ha llevado a cabo una encuesta sobre este tema a través de su web, www.clubdelafarmacia.com. Ésta es la primera actividad del nuevo proyecto puesto en marcha por el Club de la Farmacia, el programa «Farmacia Segura».

Se trata de una iniciativa con la cual se pretende ofrecer a los profesionales de la oficina de farmacia recursos prácticos y útiles relacionados con la seguridad. Así, con el análisis de todas las respuestas de los participantes en

esta primera encuesta, que será publicado en el primer número de la revista Farmacia Segura, los responsables del proyecto ofrecerán los primeros consejos prácticos para mejorar la seguridad de las oficinas de farmacia.

Según explicó uno de los principales impulsores de este proyecto, el inspector de policía, historiador y antropólogo, Xavier Virgili, «la transmisión de las noticias boca a boca, los comentarios, rumores y bulos, y algunos tratamientos mediáticos han podido contribuir a la construcción de un imaginario popular que está alejado de la realidad. Por ello, es de vital impor-

tancia que trabajemos con datos ciertos y actualizados de lo que les pasa a los farmacéuticos españoles, elaborados a partir de sus propios testimonios y experiencias».

El objetivo es que «Farmacia Segura» se vaya enriqueciendo con entrevistas, opiniones, testimonios de profesionales relacionados con la farmacia y su seguridad, recopilación de noticias de prensa, divulgación de estadísticas oficiales, novedades normativas y lecturas especializadas, etc. que estarán disponible para todos los farmacéuticos desde el sitio web de El Club de la Farmacia.

TOP EMPLOYERS 2011 VALORA POSITIVAMENTE LA POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS DE NOVARTIS

Un año más, el CRF Institute ha clasificado a Novartis como empresa excelente para trabajar en España. Según el estudio Top Employers 2011 que el CRF Institute lleva a cabo entre las empresas ubicadas en España, una de las claves del éxito de la política de recursos humanos de Novartis es su vocación de encontrar talento y, sobre todo, retenerlo.

Para ello, según explicó el director general de Novartis Farmacéutica, Francisco Ballester, la compañía ha desarro-

llado numerosas herramientas para su captación, como un sistema de selección de personal online de alcance global con el objetivo de atraer a profesionales altamente cualificados en cualquier lugar del mundo. Además, y en paralelo, cuenta con una presencia activa en escuelas de negocios, donde desarrolla acciones que le permiten identificar el talento a través de la práctica.

Aparte de formación, planes de carrera y un liderazgo inclusivo, el Top Employers 2011 ha valorado positiva-

mente que desde recursos humanos de Novartis se está trabajando también en favorecer la inclusión y diversidad, principalmente facilitando a los directivos que estén más abiertos a admitir distintas formas de pensar.

Según Ballester, éstas iniciativas, junto los esfuerzos de la compañía en términos de conciliación familiar y laboral, son las que hacen que en cada edición de la encuesta de medición de clima laboral, el paquete de beneficios extrasalariales salga muy bien valorado.

CONCEP GHC GROUP PARTICIPA EN LA CONVENCIÓN COFA@ONLINE

Más de 300 farmacéuticos asistieron recientemente a la Convención Cofa@online 2011 organizada por las cooperativas gallegas Cofano y Cofaga. Esta nueva edición contó con representación de Concep GHC Group, que aprovechó el encuentro para informar a los socios de Cofaga y Cofano de los

términos y ventajas del acuerdo suscrito este mismo año por las tres entidades. Además de beneficios para todos los socios que quieran realizar un proyecto de reforma a través de Concep GHC Group, el citado acuerdo contempla de manera especial la implantación de la marca Acofar en sus oficinas de farmacia.



ROCHE APOYA A LA INTERNATIONAL DIABETES FEDERATION

Roche se ha sumado a las iniciativas de la International Diabetes Federation en materia de difusión y conocimiento de esta enfermedad. Con el fin de apoyar la labor de esta organización en lo que se refiere a informar a la población en general sobre la situación de la diabetes en el mundo, Roche ha puesto en marcha una campaña publicitaria *on line* a través del espacio en Internet www.accu-chek.es/es/.

Los expertos recuerdan que la diabetes no es una enfermedad que afecte únicamente a la persona que la padece, viéndose implicado a menudo el entorno familiar, que en muchas ocasiones tiene un gran desconocimiento sobre los cuidados diarios que requiere la enfermedad. Por ello, entre las misiones principales de la International Diabetes Federation, figuran la prevención y divulgación de la enfermedad, y la aportación de soluciones que mejoren sustancialmente la calidad de vida del paciente.

Según datos de esta organización, se calcula que actualmente hay más de 300 millones de personas en el mundo que padecen diabetes. Y se prevé que esta cifra pueda aumentar hasta los 500 millones en tan sólo una generación.

BIAL, ENTRE LAS 300 EMPRESAS DEL MUNDO QUE MÁS INVIERTEN EN I+D

Con 59,7 millones de euros invertidos en I+D, Bial se sitúa en el puesto 257 del ranking general de compañías de la Unión Europea (UE) con mayor inversión en I+D a nivel europeo. Así lo revelan los resultados del cuadro anual de indicadores de la inversión de las empresas en I+D de la UE elaborado por la Comisión Europea. Este informe ha analizado a las 1.400 compañías del mundo que más invierten en I+D.

Anualmente, Bial canaliza más del 20% de su facturación en proyectos de I+D centrados en el sistema nervioso central, el sistema cardiovascular y nuevos avances en el tratamiento de la alergia. Según explicó su presidente ejecutivo, Antonio Portela, continuar apostando por los proyectos e inversiones en I+D de éxito es el gran objetivo de Bial para la próxima década, durante la cual planea lanzar tres medicamentos innovadores y seis nuevas vacunas.

Actualmente, el equipo de I+D de Bial está localizado en los centros de I+D de la compañía en Portugal y España, está formado por más de 100 personas de ocho nacionalidades diferentes y colabora activamente en red con decenas de centros de investigación, empresas e instituciones internacionales. Bial España centraliza la actividad de I+D en el ámbito de la inmunoterapia. Esta actividad tiene como base procesos de biotecnología que han dado como resultado la estandarización de 250 alérgenos naturales, 33 de los cuales han sido estandarizados biológicamente.

DANONE, PREMIO ESPIGA DE ORO DE LOS BANCOS DE ALIMENTOS

La compañía de alimentación Danone ha recibido el premio Espiga de Oro de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), que distingue así a la empresa que, a su juicio, ha tenido una colaboración y apoyo más destacado en la labor en la lucha contra el hambre a través de los bancos de alimentos.

En 2010, mediante el proyecto «Juntos Ayudamos el Doble», Danone dobló su donación de alimentos entregando más de 10 millones de unidades de consumo a los bancos de alimentos. Esta donación fue el resultado de un proyecto de innovación social que consistió en el análisis de las capacidades y necesidades de los bancos de alimentos para integrarlos como un cliente

más, eliminando la incertidumbre e irregularidad de las entregas.

Los Bancos de Alimentos son organizaciones sin ánimo de lucro basadas en el voluntariado y cuyo objetivo es recuperar excedentes alimenticios de nuestra sociedad y redistribuirlos entre las personas necesitadas, evitando cualquier desperdicio o mal uso. Reparten su ayuda de manera regular a más de 6.500 instituciones benéficas y de ayuda social reconocidas por las administraciones, que hacen llegar alimentos a más de un millón de personas desfavorecidas al año. La actual crisis económica ha hecho que la demanda a los bancos de alimentos se haya incrementado en torno al 40-45% en el último año.



Banco de alimentos de Madrid

ALLIANCE HC Y PFIZER, CON LOS FARMACÉUTICOS EN LA LUCHA CONTRA EL TABAQUISMO

Alliance Healthcare y Pfizer han puesto en marcha un plan de formación sobre cesación tabáquica dirigido, por un lado, a dotar al personal de la oficina de Farmacia de herramientas que le sirvan de apoyo para aconsejar a los pacientes cómo de-

ben dejar de fumar y saber de qué manera pueden hacer un seguimiento óptimo de las personas que abandonan el tabaco.

Los farmacéuticos que asisten a las conferencias celebradas en el marco de este plan de formación reciben ade-

más un manual de prevención y tratamiento del tabaquismo y herramientas para persuadir a los pacientes candidatos a un programa de cesación y hacer seguimiento de sus tratamientos, así como un curso gratuito online que cuenta con 6 créditos.