

Economía y empresa

Cofares lanza su nueva plataforma tecnológica de servicios

El Grupo Cofares ha presentado públicamente su nueva plataforma tecnológica de servicios, Cifarma.net, una iniciativa que, según el presidente de la distribuidora, Carlos González Bosch, es «uno de los proyectos más ambiciosos» del grupo». En este proyecto, Cofares ha trabajado en colaboración con Microsoft, Accenture, Fujitsu y McAfee Security, y ha invertido hasta la fecha 3.500 millones de euros.

Según se explicó durante su presentación, el objetivo de esta nueva herramienta tecnológica es proporcionar al farmacéutico un completo canal de servicios para facilitar no sólo la gestión de su oficina de farmacia, sino también el acceso a todo tipo de recursos vinculados a las tecnologías de la información.

En este sentido, Cifarma.net posibilitará configurar diferentes parámetros de negocio en función de la comunidad autónoma, el tamaño del establecimiento o los usos del titular, y ofrecerá servicios orientados a potenciar la movilidad del farmacéutico y su comunicación con distintas entidades, clientes y proveedores. Además, el farmacéutico también se beneficiará de la aplicación de las nuevas tecnologías al servicio de la videovigilancia.

Asimismo, como explicó el vicepresidente de Cofares, Juan Ignacio Güenechea, la plataforma funcionará como portal de servicios para todas las empresas del Grupo, de forma que con una sola llamada el farmacéutico pueda resolver cualquier problema, consiguiendo optimizar tiempo y costes.



De izda. a dcha., Carlos Esteve, director de Pequeña y Mediana Empresa de Microsoft; Carlos González Bosch, presidente de Grupo Cofares; Juan Pedro Raurell, socio de Accenture; Kazuo Sakakura, consejero delegado de Fujitsu, y Juan Ignacio Güenechea, vicepresidente de Grupo Cofares.

Laboratorios Esteve recibe la placa President Macià

El Departamento de Trabajo e Industria de la Generalitat de Catalunya ha otorgado a Laboratorios Esteve la placa President Macià, en reconocimiento a su trayectoria empresarial y laboral, marcada, según destacó el jurado, por un esfuerzo permanente por lograr la satisfacción de sus clientes y mejorar la formación de sus empleados. Es también una distinción a su excelencia en el área químico-farmacéutica, fruto de la dedicación, la constancia y el espíritu de iniciativa. El *president* de la Generalitat de Catalunya, Pascual Maragall, hizo entrega del galardón al presidente de Laboratorios Esteve en una ceremonia que tuvo lugar recientemente en la Reales Atarazanas de Barcelona.



Nueva imagen corporativa de Lacer

La compañía farmacéutica española Lacer ha renovado su imagen corporativa, haciéndola, según fuentes del propio laboratorio, «más próxima, personalizada y moderna». Con esta iniciativa, el laboratorio pretende, según afirmó, «crear una identidad visual corporativa que refleje su misión de investigar y desarrollar productos innovadores y tecnológicamente avanzados».

Lacer tiene una amplia presencia en el canal de farmacias a través de su línea de productos cardiovasculares, de salud bucodental, autocuidado e higiene personal.

Además, desde el año pasado, cuenta con un Laboratorio de Diagnóstico Genético en el que ya se está trabajando a pleno rendimiento.



Juanola premia la fidelidad

En el marco de los actos organizados para conmemorar sus primeros 100 años de vida, la marca Juanola ha previsto la distribución de importantes premios entre farmacéuticos y consumidores. Recientemente, Javier Sánchez, director de marketing de Juanola, y Víctor Franco, delegado de ventas, hicieron entrega, tras el correspondiente sorteo, de dos televisores planos Philips al farmacéutico Narcís Núñez y a la consumidora Marta Fàbregas, de la farmacia de la calle Fortià Solà de Navarres (Barcelona). Se trata de la primera Gran Promoción Juanola, dirigida a todos los «juanoleros que consumen la marca».

Las Juanola celebran en 2006 su 100 aniversario. Pocos productos pueden ser testigos de todo un siglo de historia y pasar a formar parte del recuerdo personal de varias generaciones. En 1906 Manuel Juanola creó las famosas pastillas en su farmacia de Barcelona, y desde el primer año las Juanola fueron un éxito de ventas. En la actualidad se venden cada año en España millones de unidades, es un producto conocido por el 82% de la población, un 60% las ha consumido alguna vez y cuenta con unos consumidores muy fieles, ya que el 70% de ellos lo es desde hace más de 10 años.



De izda. a dcha., Víctor Franco, delegado de ventas en Cataluña; Marta Fàbregas, consumidora premiada; Narcís Núñez, farmacéutico premiado, y Javier Sánchez, director de marketing.

El Grupo Uriach estrena organigrama

El proceso de relevo generacional en las estructuras de gobierno afrontado por el Grupo Uriach culmina con el nombramiento de Enrique Uriach Torelló como presidente ejecutivo de la compañía y Joaquín Uriach Torelló como secretario general. Este último cambio se ha sumado a la creación de nuevos órganos directivos y a la remodelación de las áreas de negocio del Grupo. Como nuevo presidente, Enrique Uriach tendrá a su cargo la dirección de todos los negocios y servicios del grupo, que desde ahora está dividido en 6 direcciones generales: Éticos, OTC, Genéricos, Investigación y Desarrollo, Química, Industrial y Servicios Corporativos. Con esta estructura, la compañía pretende adaptarse mejor a las características del mercado y responder a sus necesidades, fortaleciendo adecuadamente cada una de las áreas del negocio para contribuir al desarrollo global del Grupo.

AstraZéneca organiza un curso de formación en especialidades farmacéuticas complejas

AstraZéneca ha organizado para el farmacéutico un curso de formación en especialidades farmacéuticas complejas que impartirá por todo el territorio español durante 2006. Su objetivo es dotar de destreza en el manejo de estos medicamentos a los profesionales de oficina de farmacia, a fin de que ellos, a su vez, puedan instruir adecuadamente a los pacientes que deban utilizarlos.

Estos fármacos — alrededor del 10% de los disponibles en el mercado español— requieren una preparación previa a su uso o el aprendizaje de una técnica de administración por parte de los pacientes. Sin embargo, según apuntó AstraZéneca, casi la mitad de los pacientes que deben usar estos productos llega a la farmacia sin haber comprendido o sin haber sido informados suficientemente, con los consiguientes riesgos ante un manejo inadecuado. Por este motivo, «el farmacéutico debe comprender la importancia de la dispensación activa de estos productos», insisten portavoces de la compañía.

Polvo de celulosa y rinitis alérgica estacional

Diafarm, distribuidora en España de *Nasaleze* —un producto de Aquamed Active— ha difundido en una presentación pública los resultados de un estudio realizado en *The Herbal Health Centre* (Battle, Reino Unido), que confirma los beneficios de este producto —formulado a base de celulosa de origen vegetal en polvo, micronizada y purificada— en el tratamiento de la rinitis alérgica estacional.

Según los investigadores británicos, la mayor de las ventajas de este producto radica en que ataca la causa y no los síntomas de la rinitis, y que debido a su inocuidad puede ser utilizado por mujeres embarazadas y niños a partir de tres años de edad. Se ha demostrado clínicamente que no provoca efectos secundarios como somnolencia, congestión o irritación de la mucosa nasal, ni origina hábito. Además, carece de colorantes y conservantes.

Uno de los autores de la investigación, Peter Josling, destacó también entre las ventajas descubiertas, que el alivio tras el empleo de *Nasaleze* es casi inmediato y de larga duración. Asimismo, este experto apuntó que, aunque la mayoría de las personas tiene suficiente con una aplicación al día para acabar con los síntomas de la alergia nasal, puede aplicarse más veces si es necesario.