

## Cinfa dará formación práctica a alumnos de la especialización en Farmacia Industrial y Galénica

Laboratorios Cinfa ofrecerá formación práctica a estudiantes de la Universidad San Pablo CEU que estén cursando la especialización de Farmacia Industrial y Galénica. Con este fin, cada año Cinfa acogerá durante seis meses a dos alumnos. Los estudiantes realizarán su formación práctica en las áreas de Producción o Científica de la compañía.

Esta acción se enmarca dentro del convenio de colaboración que recientemente han firmado el laboratorio farmacéutico y la universidad privada.

Este acuerdo establece igualmente que los alumnos serán supervisados y evaluados por un tutor del Laboratorio, si bien contarán también con un tutor docente de la Facultad de Farmacia de la Universidad San Pablo CEU, que estará en contacto permanente con su homólogo en Cinfa.



De izda. a dcha., Alfonso Bullón de Mendoza, rector de la Universidad San Pablo CEU, y Enrique Ordieres, presidente de Laboratorios Cinfa.

## Economía y empresa

### Laboratorios Boiron renueva su web

Laboratorios Boiron ha renovado su web ([www.boiron.es](http://www.boiron.es)) adaptando sus contenidos a sus 3 públicos objetivos: farmacéuticos, médicos y público general. Esta renovación responde al objetivo de Boiron de ofrecer información interesante, pero también útil a cada tipo de usuario.

Entre otras novedades, la nueva web ofrece a los internautas la posibilidad de suscribirse a su *newsletter* informativa. Ésta tiene 3 versiones, cada una con información específica para cada lector: farmacéuticos, médicos y público general. La suscripción es gratuita y su recepción es periódica.

En [www.boiron.es](http://www.boiron.es), el usuario encontrará, además, una amplia selección de consejos para la salud sobre varias patologías, así como una rápida respuesta a mitos y dudas frecuentes con respecto a la homeopatía, entre otros servicios.



### Se inaugura el Centro Internacional de Excelencia en Informática de Roche Farma en Madrid

El Centro Internacional de Excelencia en Informática de Roche Farma en Madrid ya ha comenzado a funcionar. Desde él se controlan ya más de 4.000 servidores y 60.000 ordenadores de mesa; se desarrollan e introducen mecanismos de almacenamiento y archivo de información adaptados a las regulaciones de la FDA (Agencia del Medicamento de Estados Unidos); y se ofrece asistencia informática internacional 24 horas al día, 7 días a la semana.

Se estima que, a finales de año, su plantilla, formada por profesionales de más de una docena de nacionalidades, supere los 250 trabajadores.

Para Roche Farma España, la ubicación de este centro tecnológico en Madrid es una muestra importante de la gran consideración que el Grupo Roche tiene de su filial española. Muchas filiales de diferentes países de todo el mundo solicitaron la creación de este centro en sus sedes.

Roche Farma España inauguró las instalaciones con un acto presidido por la presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre. Aguirre visitó las instalaciones acompañada del director general de Roche Farma España, Luc Dirckx.



De izda. a dcha., Luc Dirckx, director general de Roche Farma España; Peter Hug, director de Roche Farma para Europa Occidental; Juan José Güemes, consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid; Gregorio Marañón, presidente de Roche Farma España, y Esperanza Aguirre, presidenta de la Comunidad de Madrid.



Carmen Maura (izquierda) durante la presentación de la campaña, junto al Dr. Manuel Díaz Curiel y la Dra. Laura Canals.

## Campaña informativa sobre la importancia de no abandonar el tratamiento contra la osteoporosis

«Una vez al día, una vez a la semana, una vez al mes. Cuida tu osteoporosis», es el lema de la campaña de concienciación sobre esta patología que la Fundación Hispana de Osteoporosis y Enfermedades Metabólicas Óseas (FHOEMO) y las compañías Roche y GlaxoSmithKline (GSK) han puesto en marcha, con el objetivo de animar a quienes la padecen a que no abandonen su tratamiento.

Los expertos estiman que un alto número de mujeres con osteoporosis no toma ninguna medicación para su enfermedad y que el 60% de las mujeres a las que se les prescribe un tratamiento contra la osteoporosis lo acaba abandonando.

Alrededor de 4.000 farmacias de toda España participan activamente en esta campaña distribuyendo folletos informativos sobre la enfermedad y cómo combatirla a través de un decálogo de consejos y alojando *displays* en sus escaparates.

Esta iniciativa cuenta también con el apoyo y colaboración de la actriz Carmen Maura, que se ha convertido en imagen de la campaña. Carmen Maura es la protagonista de anuncios en radio y televisión animando a las mujeres a que no abandonen la medicación y cumplan adecuadamente su tratamiento, y acudan a su médico con regularidad para conocer el estado de sus huesos.

Durante la presentación de la campaña, el presidente de FHOEMO, el doctor Manuel Díaz Curiel, explicó que «los fármacos, para que funcionen, deben de tomarse. Como la osteoporosis no da síntomas y la mayoría de las mujeres tienen una vida muy activa después de la menopausia, muchas acaban abandonando la medicación. Sin embargo, haciendo eso se exponen a sufrir una fractura que condicione su calidad de vida y a ver cómo su espalda se va encogiendo».

Según este experto, las pacientes más jóvenes y activas, entre 55 y 60 años, que todavía no han sufrido una fractura, son las que se muestran más reacias al tratamiento, por lo que les condiciona en su ritmo de vida.

Díaz Curiel recordó, sin embargo que, «ahora existen pautas de administración más cómodas y espaciadas que permiten que las mujeres elijan el tratamiento que mejor se adapte a ellas, sea diario, semanal o mensual».

## Los anuncios a través del canal farmacia aumentan en un 45% las ventas de los productos publicitados

Las campañas publicitarias a través del canal personal de cada oficina de farmacia aumentan las ventas en un 45% de media. Ésta es la principal conclusión puesta sobre la mesa por los responsables de GimageMedia, tras un año de pruebas a través de 28 campañas EPV (*earn per view*, cobrar por visualizar) para 17 laboratorios.

GimageMedia es la unidad encargada de la gestión de los espacios publicitarios del canal farmacia de Gimage Farma. Su sistema se basa en el envío de anuncios adaptados (ofertas EPV) al canal personal de cada farmacia. En caso de que el farmacéutico acepte esta oferta de publicidad remunerada, se implica en todo el proceso y el anuncio es emitido en su canal, en base a unas condiciones pactadas individualmente con cada oficina de farmacia (frecuencia, duración, franja horaria, etc).

Según los responsables de GimageMedia, el éxito de estas acciones está en la apuesta por los sistemas de comunicación en el punto de venta frente a los canales convencionales, «no es un



medio al uso sino que permite por un lado, solicitar la colaboración previa de la farmacia mediante un canal interno entre farmacéutico y Gimage, y por otro, emitir publicidad al consumidor final sabiendo que la farmacia va a reforzar la campaña».

## Merck y la Escuela de Negocios Aliter impulsan el «Programa Superior Mujer y Liderazgo»

Merck España ha firmado un acuerdo con la Escuela Internacional de Negocios Aliter para organizar, junto con la Fundación Rafael del Pino, la primera edición del «Programa Superior Mujer y Liderazgo», con el objetivo de promover las habilidades directivas de jóvenes profesionales, relevantes en su sector, y con gran vocación y potencial de liderazgo.

Laura González-Molero, presidente y consejero delegado de Merck en España, y Martín Hernández-Palacios, director de la Escuela de Negocios Aliter, han sido los encargados de ratificar el acuerdo por parte de las dos entidades. Para González-Molero «este acuerdo es parte de nuestra apuesta por apoyar la inclusión y promoción de las mujeres en el ámbito profesional, especialmente en puestos directivos a los que tradicionalmente han tenido un menor acceso». Por su parte, Hernández-Palacios ha afirmado que «el desarrollo de este programa conjuntamente con Merck es una muestra de nuestra apuesta por la vinculación entre el ámbito académico y el empresarial para desarrollar ofertas formativas adaptadas a las necesidades de los profesionales».

El programa se divide en cinco módulos presenciales cuyas temáticas son: habilidades directivas, liderazgo, responsabilidad corporativa, oratoria y seminarios sobre protocolo, comunicación y *coaching*, entre otros. Se trata de un programa eminentemente práctico, cuyas clases se impartirán por profesionales de gran relevancia en el ámbito económico, político y social.