Pierre Fabre junto al presidente francés, Nicolas Sarkozy.

PIERRE FABRE RECIBE LA GRAN CRUZ DE LA LEGIÓN DE HONOR

Pierre Fabre, presidente de los laboratorios del mismo nombre, recibió recientemente la Gran Cruz de la Orden de la Legión de Honor de manos del presidente de la República Francesa, Nicolás Sarkozy. La investidura tuvo lugar en el Palacio del Elíseo en una ceremonia de alta representación a la que acudieron destacadas personalidades del mundo de la política y economía francesa.

Este galardón es la más conocida e importante de las condecoraciones francesas que se concede a quienes destacan por su méritos extraordinarios entre la sociedad. De hecho, la candidatura debe ser presentada por un ministro.

En el discurso de investidura, Sarkozy destacó al presidente de Laboratorios Pierre Fabre como «el ejemplo mismo de la empresa familiar que investiga a lo largo de los años en las diversas actividades industriales para constituir una empresa sólida, duradera e independiente, que reinvierte todos sus beneficios en la propia compañía».

LABORATORIOS INDAS RENUEVA SU WEB

Laboratorios Indas ha renovado totalmente su sitio web, www.indas.com. Dentro de su nuevo *website* la compañía ha desarrollado tres espacios claramente diferenciados pensando en otros tantos públicos objetivos: usuarios y pacientes; clientes y proveedores, y profesionales.

Además de ofrecer información sobre la compañía y sus productos, el nuevo sitio web ayuda a la identificación de productos para poder atender mejor las necesidades del usuario. Asimismo, promueve la interactividad con clientes, proveedores y profesionales, y ofrece la posibilidad de plantear cuestiones y solicitar asesoramiento a expertos.

Esta apuesta por la comunicación 2.0 se ha materializado con la inclusión de dos blogs: «Actitudes», donde los *bloggers* pueden comentar y opinar sobre temas de actualidad relacionados con el sector, y «Te ayudamos a vivir mejor», que pretende ser un referente para los pacientes que utilizan productos Indas, con consejos sanitarios, prácticas higiénicas, tratamiento de las enfermedades, etc.

Recientemente, Laboratorios Indas recibió el Premio Favoritos en la Red por su portal de pedidos por internet Transferindas, desarrollado específicamente para el farmacéutico de oficina de farmacia, para acercarle al producto y poner a su disposición contenidos de interés al respecto, hacer sus compras cómodamente durante las 24 horas del día y beneficiarse de ventajas especiales.

MEDIO SIGLO DE ZAMBON EN ESPAÑA

El pasado 14 de septiembre se celebró el medio siglo de presencia de Laboratorios Zambon en España. Para celebrar este aniversario, la compañía farmacéutica ha llevado a cabo en los últimos meses distintas actividades en torno al lema «50 años llenos de vida». En ellas han participado tanto los empleados de la filial española como autoridades y medios de comunicación.

En el marco de esta conmemoración se inauguró la sede central de la compañía en Santa Perpètua de Mogoda (Barcelona), totalmente reformada. Desde aquí se coordinan todas las actividades de Zambon en el área Iberia, que incluye España y Portugal.

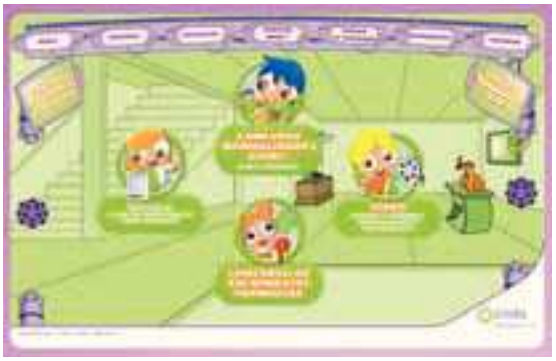
Según el director general de la compañía en España, Jaume Pey, España es el segundo país en importancia para el Grupo Zambon, después de Italia.

La filial española supone el 23 por ciento de las ventas mundiales de la compañía y se encuentra entre los veinte primeros laboratorios en el *ranking* por volumen de unidades vendidas en el mercado español, con 26,5 millones en el 2009.

Actualmente, la filial de Zambon en España cuenta con un equipo humano formado por aproximadamente 250 personas. Según Jaume Pey, «lo más importante para Zambon es el carácter humano que posee la empresa. A pesar de calificarnos como una empresa multinacional, Zambon se distingue de otras empresas por su proximidad. Para nosotros lo más importante son las personas», afirmó.

Zambon ha renovado por completo su sede.

CINFA ELABORA UN VÍDEO DIVULGATIVO SOBRE LA PEDICULOSIS



Laboratorios Cinfa ha elaborado un vídeo divulgativo donde se explica de forma sencilla y pedagógica en qué consiste la pediculosis, cómo prevenirla y cómo tratarla.

El vídeo está dirigido fundamentalmente a padres y profesores, ya que los colegios son un foco muy habitual de contagio de estos parásitos. Según los expertos, para evitar que los casos de pediculosis se extiendan es fundamental que exista una estrecha colaboración entre estos dos colectivos. De hecho, los colegios deben informar a los padres cuando se produzca algún caso de pediculosis en la clase.

Por otro lado, el vídeo también está dirigido a los farmacéuticos, por lo que se ha remitido una copia en formato DVD a todos los COF.

Para tratar la pediculosis, la Organización Mundial de la Salud recomienda productos que contengan permetrina al 1 por ciento, para que la eliminación de los parásitos sea eficaz. Asimismo, los productos reforzados con butóxido de piperonilo al 4 por ciento aumentan la eficacia de la permetrina y evitan que se generen resistencias en los piojos.

El vídeo está disponible en la web www.goibiplus.com, donde se puede ver y descargar de forma gratuita.

NUEVOS CURSOS DEL AULA DENTAID

Con el fin de ofrecer a los farmacéuticos información útil que les permita asesorar a las personas que sufren sensibilidad dental y, en consecuencia, prevenir complicaciones derivadas de esta patología, Dentaid ha puesto en marcha nuevos cursos para formar a los profesionales de la salud sobre esta materia.

«Sensibilidad bucodental, una visión desde la oficina de farmacia» es el título de esta iniciativa que Dentaid desarrollará durante los próximos meses a través de su departamento de formación, Aula Dentaid. Se articulará en torno a una docena de cursos para farmacéuticos comunitarios de todo el territorio nacional.

Según la información manejada por Dentaid, los farmacéuticos son el grupo sanitario que tiene el primer contacto con las personas que sufren sensibilidad dental ya que la mayoría de pacientes con este problema no acude al médico hasta que nota fuertes molestias que le impiden seguir con su vida habitual.

BOEHRINGER INGELHEIM CUMPLE 125 AÑOS

Boehringer Ingelheim inició el pasado mes de septiembre la celebración a nivel mundial de su 125 aniversario bajo el lema «Más salud». En el marco de este ambiente conmemorativo la sede corporativa española de la compañía recibió la visita de miembros de la familia fundadora y del comité ejecutivo internacional.

Boehringer Ingelheim se instaló en España en 1952 y actualmente cuenta con cerca de 1.700 trabajadores y dos centros de producción internacionales situados en la provincia de Barcelona: uno en Malgrat del Mar, de producción química que exporta a más de 25 países, y otro en Sant Cugat del Vallès, donde la compañía tiene su sede corporativa, dedicado a la producción farmacéutica. Desde este centro se fabrican fármacos para más de cien países de todo el mundo.

En el acto participaron el presidente de la junta de socios y miembro de la cuarta generación de la familia, Christian Boehringer; el presidente del comité ejecutivo internacional y responsable del Área Corporativa de Investigación, Desarrollo y Medicina Farma, Andreas Barner; y el director general de la filial española, Manuel García Garrido, que han coincidido en destacar que «en Boehringer Ingelheim celebramos nuestro aniversario con alegría, especialmente porque nos encontramos en el inicio de otra fase de crecimiento».

A lo largo de estos 125 años, la compañía alemana ha desarrollado una amplia cartera de fármacos resultado de la alta inversión en I+D para el tratamiento de enfermedades cardiovasculares, respiratorias, inmunológicas o del sistema nervioso central. Actualmente, Boehringer Ingelheim trabaja en nuevas áreas terapéuticas como diabetes u oncología.

Christian Boehringer brindó por el futuro de la compañía.

VITALYFARMA DESARROLLA UN PLAN DE GESTIÓN INTEGRAL

La agrupación de farmacias Vitalyfarma ha desarrollado un plan de gestión integral que refuerza los pilares sobre los que se sustenta la gestión farmacéutica: el cuadro de mando, la dirección por objetivos, los sistemas de fidelización y la gestión por categorías. Con este plan, la agrupación farmacéutica pretende modernizar la administración farmacéutica y contribuir a una mejora de la rentabilidad de las oficinas de farmacia. Para ello, entre otras actuaciones promueve la protocolización minuciosa de todas las tareas de cada oficina de farmacia con su correspondiente seguimiento, permitiendo así evaluar la gestión administrativa y financiera del negocio.

Además, la dirección por objetivos se adapta a cada oficina de farmacia, para trasladar la estrategia de la empresa a objetivos concretos, y sistematizar el sistema de salario variable. En cuanto a los sistemas de fidelización, el plan aboga por prestar servicio y realizar acciones de comunicación o promoción de un modo personalizado, al tiempo que se determinan las zonas «calientes» y «frías» del local, para sacar el máximo aprovechamiento del espacio.

MEPENTOL LECHE OBTIENE LA MARCA CE CLASE IIB

Bama Geve comunica que siguiendo la trayectoria de *Mepentol*, primer producto sanitario a base de ácidos grasos hiperoxigenados (AGHO) que obtiene la marca CE clase IIb, ahora su producto *Mepentol Leche* también ha conseguido la marca CE clase IIb.

Todos los productos sanitarios deben disponer obligatoriamente de la Marca CE. Además, estos se clasifican en: clase I, clase IIa, clase IIb y II, en función de sus actividades e indicaciones. La mayoría de los productos a base de AGHO en emulsión se encuentran dentro de la clase I, e incluso alguno tiene registro de cosmético; en cambio, *Mepentol Leche* es el único AGHO en emulsión con marca CE clase IIb, es decir, un producto que además de estar indicado en la prevención de las úlceras de la extremidad inferior, también puede utilizarse en el tratamiento de sus estadios iniciales. Otras indicaciones del producto incluyen la prevención de recidivas de las úlceras de la extremidad inferior y el cuidado de la piel de los pacientes con insuficiencia venosa.

Mepentol Leche ha conseguido la clase IIb por su eficacia garantizada, gracias a los estudios publicados que avalan la efectividad del producto, y por su garantía de calidad, en cuanto a composición, al proceso de hiperoxigenación y al proceso de fabricación en general. *Mepentol Leche* presenta así nuevas actividades como son favorecer la cicatrización, crear una barrera antimicrobiana que protege la zona ulcerada de agentes externos y evitar el daño causado por un aumento de los radicales libres, gracias a su actividad antioxidante. Además, *Mepentol Leche* es el único producto en emulsión a base de AGHO que tiene demostrada la actividad del aumento de la microcirculación sanguínea.

PHARMACOM CONVOCA AL JURADO DE «THE GLOBAL AWARDS 2010»

El pasado 4 de octubre tuvieron lugar las sesiones de votación de los jurados españoles de la 16.ª edición de los premios «The Global Awards» en la sede del COF de Barcelona. Este certamen, promovido por The New York Festivals y coordinado por los representantes locales de la organización en más de 45 países, tiene como objetivo reconocer la excelencia en la creatividad publicitaria en el sector Salud.

Pharmacom, agencia independiente de comunicación en salud, asumió en esta ocasión la organización de las sesiones de valoración y votación convocando a los jurados. En la sesión matinal, conducida por Juan Miguel Martínez (Pharmacom), se dieron cita profesionales de la industria farmacéutica de compañías nacionales e internacionales (Lácer, Esteve, Roche, Boehringer Ingelheim, Warner Chilcott, Albasa, Almirall y Ferrer). Junto a ellos también formaron parte del jurado representantes del COF de Barcelona. La sesión de la tarde fue dirigida por Alex Loose, director creativo de Pharmacom.

El poder de la comunicación supera las barreras que imponen la distancia, el idioma y la cultura. «The Global Awards», haciendo honor a esta profunda conexión, seleccionó para los 20 jurados españoles más de 120 campañas publicitarias de entre todas las que concurrían al certamen. Provenientes de más de 30 países –excepto España, de acuerdo con las bases del concurso–, las campañas se encuadraron en diversas categorías y se presentaron en todo tipo de formatos, incluyendo gráfica convencional, spots de televisión, cuñas de radio y aplicaciones web interactivas. Próximamente se dará a conocer el palmarés.