

Reconociendo nuevos paradigmas en el sector farmacéutico venezolano



Sistema de **Monitoreo de Glucosa en Sangre**

GE100 by General Electric



Resultados en



Sistema de Monitoreo de Glucosa en Sangre GE100, utiliza tecnología patentada avanzada para lograr un alto nivel de exactitud y precisión.

Su diseño lo hace más práctico, fácil de usar y más higiénico que las opciones similares. Cuenta con una pantalla de visualización extra grande que facilita la visualización de la medición. Además, la tecnología patentada True Auto Coding elimina la necesidad de codificar cada lote de tiras sin sacrificar la precisión de las lecturas.

El GE100 proporciona una manera fácil, limpia y precisa de medir los niveles de glucosa en sangre de las personas que viven con diabetes.

Conoce las vitaminas de FC Laboratorios

Vitamina C 500 mg



Vitamina D3 1000 UI



Vitamina E 400UI y Selenio 50 mcg



Tabletas Masticables
Vitamina C 500 mg y Zinc 15 mg



12 Vitaminas y 13 Minerales



11 Vitaminas 11 Minerales y
Ácido fólico



COMPROMETIDOS CON
TU BIENESTAR

DIRECTORIO

Dirección general

Roy Rizo D´Arthenay

Comité editorial

Beatriz Noriega Penoth
Dubraswka Aguilar
Jesús A. Chávez
Liliam Marcano Núñez

Colaboradores

Iván Fernández Amil
Jesús A. Chávez
Jesús A. Dávila
José Pisano
Karlheinz Boetticher Hammitzsch
Laureano Turienzo
Zoraida Rodríguez

Coordinación editorial

Táctica Comunicación Corporativa
tactica.rppp@gmail.com

Comercialización

Wilmer Silva
ventas@brandingpharma.com

Fotografía

Humberto Trejo
Archivo

Director de arte

Gonzalo González

Diseño editorial

GG&A Comunicación Visual
www.gga.design

Impresión

Editorial Arte

Asesoría legal

ECV & Asociados

Agradecimientos

Asociación Nacional de Supermercados y
Autoservicios (ANSA)
GPC Consulting Group
María Elena Chávez

Branding Pharma es una publicación bimestral propiedad de **MCM Comunicación Creativa**
RIF: J-40020614-6. Tlf. +58-251-8145261.
Email: redaccion@brandingpharma.com
Depósito legal (en trámite)
ISSN (en trámite)



EDITORIAL

Reconociéndonos

El simple significado de la palabra “reconocimiento”, del verbo “reconocer”, proviene del latín. El prefijo “re” indica repetición, el verbo “*cognoscere*” significa conocer y el sufijo “*mentum*” significa instrumento, medio o resultado de.

Esto es **Branding Pharma**: un medio para volver a conocernos.

El sector farmacéutico en los últimos años ha pasado por una serie de cambios y algunos de ellos extremos, modificando sustancialmente la forma de hacer negocios; el relacionamiento regulatorio y comercial es ahora diferente. Del mismo modo, han surgido nuevos actores, tanto en la procura como en la distribución y la dispensación de medicamentos.

Ante esta nueva dinámica nace la necesidad del **reconocimiento**, no solo por el hecho de volverse a conocer, sino también porque vale la pena explorar el otro significado de esta versátil palabra, que también implica dar retroalimentación con base en la gestión realizada.

Branding Pharma surge ante la puntual, dinámica y constante acción del reconocimiento entre los *stakeholders* del sector farmacéutico venezolano. Por ello, aspiramos ser vitrina, tribuna y espacio de referencia para todos los grupos que participan o influyen en esta industria.

Desde este primer número, queremos fortalecer nuestra capacidad de reconocer a nuestros lectores y anunciantes, poniendo a su disposición una vía práctica para el *feedback*, la crítica y la sugerencia, a través del correo: editor@brandingpharma.com

Quedamos especialmente atentos a sus valiosos comentarios.

Agradecido por su tiempo de lectura.



Roy J. Rizo D´Arthenay
Editor

4/
**Historias
que inspiran**



36/
Gremios

6/8
Blister



37/
Regiones

10/
**Salud
ocupacional**



38/
Retail

12/19 - 26/33
Entrevistas



40/
**Hablemos
sin foil**

20/
**Diagnóstico
y prescripciones
gerenciales**



42/
Cultura

22/
Salud

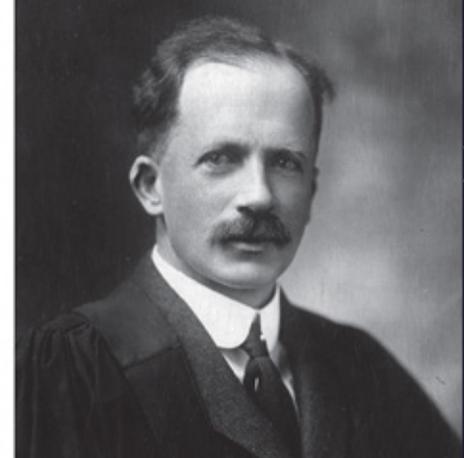


44/46
Eventos

34/
Legal



48/
Negocios



Historias que inspiran

Los científicos que regalaron la patente de la insulina al mundo

Las grandes farmacéuticas ofrecieron a Banting escandalosas sumas de dinero por la patente de su descubrimiento. Sin embargo, cedió todos los derechos al gobierno canadiense y a la Universidad de Toronto por tan solo 1 \$

Uno de los momentos más increíbles y maravillosos de la historia de la medicina ocurrió cuando se inyectó insulina a varios niños que estaban en coma muriéndose por diabetes en un sanatorio de los Estados Unidos. Cuando estaban inyectando al último niño del grupo, el primero al que habían tratado comenzó a despertar y así, uno a uno, lo fueron haciendo todos.

Aquel instante se considera uno de los momentos más mágicos y extraordinarios de la ciencia de la medicina.

Porque antes de la "invención" de la insulina, tener diabetes era sinónimo de sufrir una muerte lenta y dolorosa, ya que no existía cura ni tratamiento alguno para esa enfermedad, hasta la década de 1920, momento en que apareció en escena el doctor Frederick Banting.

Banting tenía que dar una charla sobre el páncreas en la Universidad de Toronto, donde impartía clase. Estaba leyendo artículos sobre el tema para preparar la charla y leyó una teoría que sugería que la diabetes se debía a la falta de una hormona segregada en el páncreas, a la que se conocía como insulina. Así que en 1921 pidió un permiso a la universidad y se puso a investigar el asunto.



UN REGALO PARA LA HUMANIDAD

El 11 de enero de 1922 administraba la primera inyección de insulina a un ser humano, en el Toronto General Hospital, en Canadá, y el paciente era un niño de 14 años, Leonard Thompson, al que salvó la vida.

Tan solo un año después, Frederick Banting y su colega John Macleod recibían el Premio Nobel de Medicina. Además, Banting recibió una carta del primer ministro canadiense otorgándole una pensión vitalicia del gobierno de Canadá y fue convocado a una audiencia en el Palacio de Buckingham con el rey Jorge V, en la que fue nombrado Caballero.

Las grandes farmacéuticas ofrecieron a Banting escandalosas sumas de dinero por la patente de su descubrimiento. Sin embargo, cedió todos los derechos al gobierno canadiense y a la Universidad de Toronto por tan solo 1 \$.

Ese altruista gesto hizo que la fabricación de insulina se acelerara, facilitando un rápido acceso al tratamiento de los pacientes con diabetes.

Banting creía que la insulina era un regalo a la humanidad que debía estar disponible para quien la necesitase y que no debía ser una mercancía para beneficio de los ricos y poderosos. Decía que la insulina no era una cura, sino un salvavidas para millones de personas.

Gracias a él y su altruismo, millones de personas pueden, no solo sobrevivir a esta enfermedad, sino vivir una vida plena con ella.



Iván Fernández Amil

Escritor, storyteller y ghostwriter

Antes
Galeno.
Ahora
Pharmetique.



Más vida. Mejor vida.

La polémica mifepristona

El aborto medicado registró 54% en Estados Unidos en 2022



Fuentes:

bbc.com / dw.com

La Corte Suprema de Estados Unidos dictaminó, recientemente, que se mantiene el acceso a la píldora abortiva mifepristona, la más usada en ese país como método para interrumpir los embarazos de manera segura y efectiva.

La decisión suspende el fallo de un juez federal de Texas, que revocó la aprobación que le dio a la pastilla la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés) en el año 2000 para cesar la gestación durante los primeros meses. El texto judicial derivó de una demanda presentada por la organización conservadora *Alliance Defending Freedom* e indica que la FDA violó el procedimiento adecuado para autorizarla, omitiendo las consecuencias psicológicas o médicas del fármaco a largo plazo.

Junto con el misoprostol, la mifepristona forma parte de un régimen combinado de dos píldoras conocido como la "píldora abortiva" o el aborto medicado, que en 2022 registró 54% en Estados Unidos. El método está disponible en todos los estados donde el aborto es legal; incluso, puede ser enviado por correo.

El caso sigue su curso a través del Tribunal de Apelaciones del 5º Circuito para escuchar argumentos.

Día Mundial sin Tabaco

Sembrar alimentos sanos en lugar de tabaco es el foco de la campaña 2023 de la OMS

En tiempos en los que la conciencia de cuidar la salud ha ido penetrando en la población de forma escalada, aún existe una importante cantidad de fumadores, por lo que la incidencia de este hábito como factor de riesgo no mengua.

Por ejemplo, Nauru, una pequeña isla del Pacífico, es la nación con más fumadores (48,50%), según *Our World in Data*, y también es el país con más obesos. Sin duda, una destacada pero preocupante posición mundial que denota personas con altas probabilidades de sufrir enfermedades crónicas como las cardiovasculares y respiratorias o diabetes.

De los que fuman menos, en Latinoamérica resalta Panamá con 5%. Por su parte, la ciudad de Bengaluru (India) fue premiada en la primera Cumbre de la Alianza de Ciudades Saludables, celebrada el pasado marzo en Londres, debido a sus esfuerzos en la lucha antitabáquica, al reducir el consumo de nicotina en lugares públicos y mejorar el cumplimiento de las normativas de prohibición.



En el marco de las iniciativas para disminuir el impacto de fumar, el llamado a sembrar alimentos sanos en lugar de tabaco es el foco de la campaña 2023 de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en torno al Día Mundial sin Tabaco, que se celebra cada 31 de mayo.

El plan busca concientizar y movilizar a los gobiernos, tanto productores como importadores, para impulsar políticas que favorezcan el control y sustitución de los cultivos de esta hoja, promoviendo medios de subsistencia alternativos para los agricultores.

Dejar de fumar no es solamente una tarea del fumador, sino de todos los que regulan e integran la cadena de valor de esta próspera industria.

Fuentes:

who.int y 20minutos.es

BiU mak

PHARMACEUTICALS C.A
RIF.-J- 412222902

Nuestras moléculas
bioequivalentes se comercializan
EN MÁS DE 130 PAISES
incluyendo fabricación en EE.UU.



PRODUCTOS FARMACÉUTICOS DE CALIDAD

Av. Libertador y Francisco de Miranda, Multicentro Empresarial
del Este Núcleo B, piso 4, oficina B-41, Caracas 1060, Miranda

☎ 0212-2664728 ✉ info@biumak.com 📷 @biumakpharmaceuticals

Medicamentos vencidos, la gran paradoja de la salud

Son muchas las interrogantes que surgen al momento de consumirlos. Quizás si la fecha de vencimiento es reciente, la duda aminora; pero si se habla de meses o, incluso, años siempre surge la inquietud, ya que se desconoce si pueden intoxicar, generar alguna reacción alérgica o, simplemente, si en efecto funcionan

En 1979, la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA) decidió incluir en los empaques o envases una fecha de expiración, que solo es un indicador que garantiza que hasta ese período el medicamento en cuestión mantiene "su potencia y seguridad", sin que quedase claro si su consumo posterior podía generar riesgos a la salud.

Debido a las pérdidas económicas producidas por la destrucción de toneladas de medicinas vencidas, el Departamento de Defensa y la FDA crearon el Programa de extensión de la vida útil de medicamentos bajo el argumento de que "ciertos productos (en tabletas) podían mantenerse estables mucho más allá de las fechas de vencimiento indicadas en la etiqueta".

Curiosamente, un informe de la FDA publicado en 2006, arrojó que:

88%

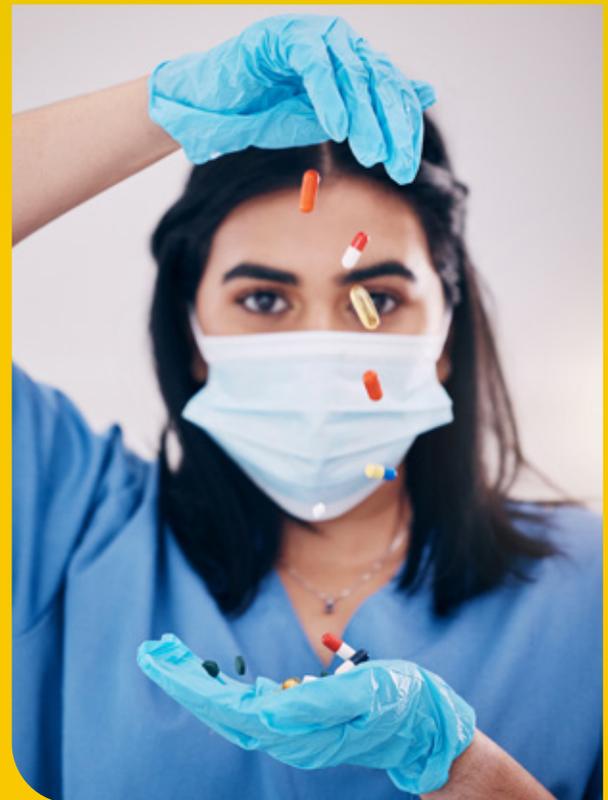
- 88% de los 122 productos almacenados en 3.005 lotes de tabletas estaba en perfecto estado tras un promedio de 5 años y medio después de la fecha de expiración

12%

- 12% restante estaba todavía bien cuatro años después

23

- Algunos productos incluso estaban bien 23 años después de su fecha de expiración



Diferentes estudios médicos sugieren tener precaución con las medicinas líquidas, soluciones y suspensiones, por lo que la recomendación es desechar después de vencidas. Sin embargo, en lo que se refiere a tabletas, polvos para inyección o cápsulas, no existe informe científico alguno que haya reportado toxicidad o daño para el ser humano, de acuerdo con *The Medical Letter*.

Lo ideal siempre será consultar con su médico de confianza.

Fuente: cnn.espanol.cnn.com





Unidad Médica Humboldt



+58 412 7199307

Ofrecemos los Sigüientes Servicios

- Evaluación Preoperatorio
- Exámenes Integrales de Salud
- Planes Pediátricos
- Perfil Pre – Empleo Egreso
- Planes Ginecológicos
- Jornadas de Vacunación

ESPECIALIDADES

- Cardiología
- Cardiología Infantil
- Dermatología
- Ginecología
- Laboratorio
- Medicina Interna
- Medicina Laboral
- Nutrología
- Otorrinolaringología
- Pediatría y Puericultura

Torre Humboldt Nivel TE, Oficina 06 Av. Río Caura, Prados del Este Al frente del C.C. Concreta

Lumbalgia y ausentismo laboral

El origen del dolor lumbar, localizado en la parte inferior o baja de la espalda, tiene que ver con la estructura músculo esquelética de la columna vertebral



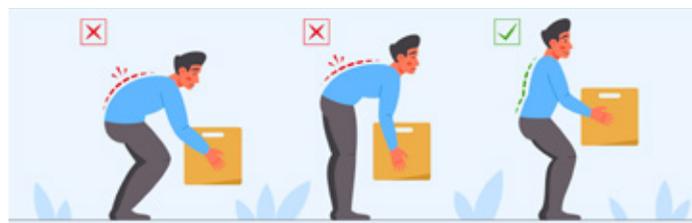
Es una de las causas principales de ausentismo laboral, sobre todo en aquellos trabajos que requieren posiciones forzadas o donde el esfuerzo físico puede desencadenar un dolor de carácter incapacitante, en especial cuando se produce justo en el momento de realizar el movimiento (el gesto de la flexión de cadera o rotación cargando peso).

Existen dos tipos de lumbalgia: mecánica y no mecánica. La primera, que posiblemente sea la que refiere 90% de la población, aparece durante el movimiento y mejora en reposo. La no mecánica es menos frecuente (10% de los casos) y la causa puede ser inflamatoria, visceral, tumoral o infecciosa.

PREVENCIÓN

En el ámbito laboral, es recomendable seguir las indicaciones de prevención:

- Evitar el sedentarismo, manteniendo una actividad física regular.
- No pasar muchas horas sentado. Se recomienda levantarse cada 60 minutos.
- Utilizar sillas ergonómicas
- Evitar permanecer mucho tiempo de pie
- Si es un trabajo donde se manipulan objetos de peso desde el suelo, la carga debe realizarse de forma vertical; es decir, flexionando las rodillas y manteniendo la espalda recta.
- Para transportar pesos, el objeto debe acercarse siempre hacia el pecho.



TRATAMIENTO

¿Cómo manejar el dolor en la zona lumbar?

Generalmente, se puede tratar de la siguiente manera:

- Evitar el reposo en cama
- Mantenerse en movimiento
- Varios medicamentos pueden ser usados para ayudar a aliviar el dolor, como aspirina o acetaminofén. Los antiinflamatorios no esteroideos, como ibuprofeno o naproxeno, reducen el dolor y la inflamación, mientras que los esteroides administrados por vía oral o inyectados en la columna reúnen una alta dosis de antiinflamatorios.



Dr. Karlheinz Boetticher Hammitzsch.
Pediatra. Cardiólogo infantil.
Especialista en salud ocupacional

Lumbalgia

8/10

Afecta a 8 de cada 10 personas
en algún momento de su vida



1/3

Es responsable de 1 de cada 3
reposo médico

Factores de Riesgo

El riesgo de sufrir dolor de espalda
se incrementa con:



Edad Avanzada



Obesidad



Estrés



Trabajos Físicos



El dexketoprofeno es un AINE, el enantiómero
del ketoprofeno con propiedades analgésicas
y antiinflamatorias que se utiliza para el
tratamiento del dolor leve a moderado.

Indicación y posología: A juicio del facultativo

Dolor de Espalda baja
de diferentes características según su origen



Entrevistas

Isaías Valera

“En Cobeca la constancia es nuestro norte”

Una destacada trayectoria que se ha nutrido de historia y pasión por la industria farmacéutica venezolana: de *office boy* a presidente Ejecutivo de una de las droguerías centenarias del país

Redacción / Foto: Cobeca



Tuvo que obtener un permiso para trabajar en Comercial Belloso C.A., pues apenas era un adolescente de 15 años y estaba estudiando bachillerato. Para ese entonces, Cobeca era la segunda empresa en el ramo de droguerías venezolanas.

“Como estaba encargado de entregar la correspondencia interna, tenía que visitar todas las oficinas”, recuerda Isaías Valera, quien aún continúa activo en el lugar donde sembró sus inicios profesionales, lo que nos habla de una admirable carrera próxima a cumplir 60 años. “Este transcurrir habría sido muy cuesta arriba sin el apoyo de mi familia”, recalca.

Comenzó como *office boy*, focalizado en el servicio a su fundador y presidente, Don Manuel Belloso, quien laboraba en la sede principal, la misma que aún se mantiene en Maracaibo, estado Zulia, desde la fundación del grupo en 1908.

Este 2023 celebran 115 años de trayectoria ininterrumpida contribuyendo con el desarrollo económico y social de Venezuela en la prestación de servicios y producción de bienes. “He vivido casi la mitad de la historia de Cobeca y también del crecimiento y transformación de la industria nacional de farmacias. Hoy, como presidente Ejecutivo del grupo, me siento muy orgulloso del liderazgo que hemos alcanzado gracias al tesón y la confianza visionaria de los hermanos Manuel y Samuel Belloso”, comenta.

EL GRAN RETO: LA CENTRALIZACIÓN DEL NEGOCIO

Desde su ingreso, Isaías Valera tuvo la oportunidad de conocer todos los departamentos de la corporación y sus actividades. Su personalidad y actitud de “buscar siempre lo mejor” lo llevó a recorrer diversos cargos, desde el área de logística y despacho hasta la gestión comercial, “que es mi fuerte” – señala- y donde enfocó su productiva trayectoria.

“Llegó un momento en que la voluntad de innovar nos exigió centralizar las compras de las 11 droguerías que tenía Cobeca en el occidente y centro del país, para crear una sola unidad a cargo. Así pues, me correspondió dirigir este paso clave en nuestra evolución. Un arduo trabajo que tuvimos que realizar prácticamente de forma manual porque la tecnología todavía no tenía protagonismo”.

El resultado fue exitoso y marcó una nueva fase en el crecimiento de Cobeca, durante las décadas de los 60 y 70, cuando el mercado farmacéutico estaba dividido en partes iguales, entre laboratorios nacionales e internacionales. “Había una fuerza de ventas inmensa en el país”, recuerda Valera con entusiasmo.

Este gran salto los llevó a buscar apoyo de empresas internacionales para automatizar sus procesos y colocarse como una de las primeras compañías en contar con tecnología de punta, “sobre todo en IT y distribución. En ello también tuve mucho que aportar”.

Como droguería, Cobeca también fue precursora en el sector de retail a finales de los 90, al lanzar el modelo de farmacias SAAS, marca pionera en el formato de autoservicio en Venezuela y la primera del sector que tomó el concepto de franquicia. Más tarde, nace Botiquería, una red de establecimientos farmacéuticos que hoy cuenta con presencia en todos los estados del país.

SERVICIO INTEGRAL

Con más de un siglo de fundación, Cobeca registra, actualmente, una posición privilegiada de 24% de participación de mercado, impulsada por sus cuatro centros regionales: Cobeca Occidente, Cobeca Centro, Cobeca Oriente y Mafarta en San Cristóbal, que garantizan el suministro permanente a todas las farmacias activas del territorio nacional.

El presidente Ejecutivo de Cobeca afirma que las conquistas logradas reposan en el talento de las personas que la conforman. “Además de nuestra eficiente plataforma tecnológica, contamos con un equipo humano que es nuestra perla, a la cual debemos cuidar y proteger porque, en esencia, somos familiares, cercanos y de puertas abiertas. Por ello, la fuga de talentos en nuestra empresa ha sido muy baja”.

Bajo un entorno desafiante y donde el formato de autoservicio se impone, Cobeca se ha ido ajustando progresivamente, “porque la constancia ha sido nuestro norte. Buscamos satisfacer continuamente las necesidades reales de la clientela, haciéndola nuestra con un servicio integral, donde lo principal es el contacto físico. Allí está el enfoque de mi gerencia; es lo que realmente he defendido durante toda una vida en la corporación”.

CUATRO GENERACIONES

Muy pronto, la cuarta generación tomará las riendas de esta organización centenaria, no solo en el negocio medular de distribución de medicamentos, sino también en el agropecuario, acuícola y de agroindustria, entre otros sectores en los que ha ido diversificándose.

“Nuestro próximo presidente Ejecutivo será Guillermo Alfredo Belloso, actual vicepresidente de la división de Salud, otro hecho que nos diferencia en la historia de la industria farmacéutica, porque es muy difícil que las compañías familiares pasen de la tercera generación”, destaca Valera.

Nueva tecnología en el área operativa, inversiones y la búsqueda permanente de oportunidades continúan trazando el sendero de Cobeca en su 115° aniversario de aportes al bienestar de los venezolanos. “No es nada fácil prever escenarios, pero estamos preparándonos, porque el segundo semestre del año se divisa con mejores perspectivas. Por tanto, seguimos creciendo y creyendo en nuestro país”.

Ping Pong

UN LIBRO: los de tecnología, sobre todo de Inteligencia Artificial (IA)

UNA CIUDAD: Maracaibo

UN HOBBY: béisbol, luego fútbol y dominó

UNA PELÍCULA: las que son alegres, alivian el estrés y dejan motivación

UN PERSONAJE: Simón Bolívar

UN SUEÑO: que mi familia esté sana y que, antes de mi retiro, pueda dejar el terreno sembrado para la próxima generación de Cobeca, una empresa que me ha dado todo

ENRIQUE FONTANA,
PRESIDENTE DE FC LABORATORIOS

“Un buen gerente en el mercado venezolano debe ser flexible, ágil y rodearse de la gente adecuada”

Más de 40 años en la industria avalan la experiencia que ha acumulado y que le ha permitido dirigir una de las empresas nacionales con mayor proyección en la actualidad

FC Laboratorios desarrolla actividades vinculadas con la sustentabilidad, tales como el uso óptimo de los recursos, consumo de agua y energía, procedimientos de reutilización y/o recolección interna de residuos sólidos como papel, cartón, plástico, vidrio, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), pilas y bombillos.

Posee una visión integral del negocio farmacéutico en la región gracias a su paso por diferentes cargos que lo llevaron a crecer en este mercado: comenzó como visitador médico y llegó a ser el director regional para Centroamérica de una reconocida corporación transnacional.

Se inició en la industria el 1 de noviembre de 1976, como bien recuerda, y desde allí no detuvo su ascenso. Llegó a Venezuela, de su natal Buenos Aires, en 1995, de la mano de Merck Sharp & Dohme, pero la posibilidad de alejarse de sus hijos en Argentina le llevó a “una separación feliz” con la que fue su casa por más de 20 años y le llevó a asumir importantes roles gerenciales en diferentes países.

“En Venezuela, llegué a trabajar para Meyer (Siegfried), Leti, Calox y Vincenti, para, finalmente, en el año 2009, comenzar a recorrer este maravilloso camino de FC Laboratorios, impulsado por mi esposa”, recuerda.

En su capacidad como gerente, Fontana ha logrado combinar el aprendizaje obtenido tanto de una transnacional como de las empresas locales que tienen criterios más flexibles. “Y es justamente esa flexibilidad, de tomar lo mejor de los dos mundos, la que intentamos trasladar a la cultura de nuestra organización”, subraya.

LA GACELA

Anualmente, el personal de FC Laboratorios identifica un animal, cuyas habilidades servirán de guía a la organización a lo largo del ciclo productivo de 12 meses. Para 2023, seleccionaron la gacela, precisamente por su flexibilidad y agilidad para adaptarse. “Creo que tengo estas características de la gacela, al ser flexible y ágil en la toma de decisiones. A diferencia de muchas personas, cuento con la habilidad, un tanto natural y un tanto entrenada por las compañías con las que tuve el gusto de trabajar, de conocer prontamente cuál es la cantidad de data que preciso para tomar una decisión”, destaca Fontana.

Basado en ello, la empresa se enfoca en aprovechar las oportunidades que brinda el mercado venezolano.

De tener una operación sencilla en la que, por ejemplo, hacían pedidos a un proveedor para recibirlos al cabo de 60 días, FC Laboratorios pasó a ser una fábrica de productos farmacéuticos. Al respecto, refiere que “exceptuando la mano de obra y la maquinaria, hoy proveemos todo: importamos materia prima, imprimimos empaques e insertos, compramos blisters y excipientes. Por ello, gran parte de nuestro personal está aguas adentro y pocos trabajan fuera. Eso habla de nuestra flexibilidad”.

LOS CAMBIOS DEBEN LLEVAR A LA REFLEXIÓN

Su discurso denota una elevada cuota de humanidad, por lo que asegura que un buen gerente en un mercado tan dinámico y complejo como el venezolano debe estar en contacto con la gente adecuada.

“Aunque tenemos anaqueles surtidos, el cambio que se produce en el país nos debe llevar a reflexionar, a entender que hay un porcentaje de la población que está olvidada. Ciertamente, casi un 10% se encuentra en el grupo AB, que tiene mayor acceso a medicamentos y que puede comprar una presentación de 30 tabletas o de 360 ml; pero también contamos con una clase media empobrecida, que son venezolanos, que fueron clientes y que en la actualidad están en capacidad de comprar solo 10 tabletas. Como no podemos olvidarlos, pues hagamos productos para ellos”, enfatiza el presidente de FC Laboratorios.

En una cambiante realidad como la venezolana, considera que hoy la competencia es enorme y muy buena. “Se debe tener cuidado cuando se es grande o mediano y se tiene un sinnúmero de moléculas que defender, frente a pequeños competidores que lanzan líneas que pueden impactar alguno de mis productos. No hay que distraerse, hay que defenderse y competir”, recalca.

Con cuatro líneas, entre OTC, oncológicos, cuidado personal y éticos farmacéuticos, FC Laboratorios cuenta con 45 marcas en el mercado venezolano. Adicional a ello, distribuyeron todos los productos de Adium y actualmente, representan una empresa argentina que es la número uno en Latinoamérica en biosimilares.

“Tenemos unas líneas de producto fantásticas con gran proyección para lo que viene en FC Laboratorios. Hemos conseguido proveedores muy valiosos que nos permitirán mantenernos y participar cada vez más en nuevos segmentos terapéuticos”.

Para la empresa trabajan ocho plantas aliadas: dos compañías farmacéuticas, Intercaps y Vargas; y seis de cuidado personal.

“Nosotros confiamos en que nuestra compañía dure más de 100 años y que nuestros nietos y bisnietos la dirijan. Por eso nos enfocamos en aprovechar las buenas oportunidades que se nos presenten”, subraya Fontana.

Ping Pong

UN LIBRO: *LOS CUENTOS DE LA NIÑA MALA*,
DE MARIO VARGAS LLOSA

UNA CIUDAD: BUENOS AIRES

UN HOBBY: TENNIS

UNA PELÍCULA: *EL PADRINO*

UN PERSONAJE: WINSTON CHURCHILL

UN SUEÑO: SER FELIZ RODEADO DE TODA MI
FAMILIA, CON MIS HIJOS Y NIETOS CERQUITA, TODOS
EN LA MISMA URBANIZACIÓN.

RODOLFO MÉNDEZ,
PRESIDENTE DE CALOX

**“Construir desde
las diferencias
es construir
soluciones muy
poderosas”**

Tras cinco años en Calox, lidera un equipo de trabajo que ha logrado transformar la marca, generando bienestar y prosperidad

Redacción / Foto: Humberto Trejo

“Cuando pensamos en la campaña institucional ‘ Calox siempre ’, creíamos que nuestra organización podía llevar no solo un mensaje de salud, sino de fe y esperanza por lo bonito de nuestro país y así lo hicimos”.

En su agradable discurso, Rodolfo Méndez, presidente de Calox, demuestra una pasión por edificar y aprovechar cada oportunidad. No imaginó trabajar en una empresa 100% de capital venezolano, mucho menos en un mercado tan complejo como lo es el farmacéutico, luego de dedicar gran parte de su trayectoria al sector de consumo masivo.

“Aunque no tuve el honor de ‘ maletear ’ como se dice en la industria, tuve la fortuna, hace 10 años, de que un alto ejecutivo me invitara a incorporar prácticas del segmento de consumo en el que me formé al área farmacéutica y lo logramos”, afirma. Allí comienza uno de los primeros retos que le impone el mercado: aprender la terminología de una industria tan compleja, a la par de manejar todas las unidades de negocio de la multinacional francesa Sanofi.

“Esta área, que es muy linda porque se trata de sanar y de llevar adelante un propósito que te conecta con el bienestar, me ha dado la oportunidad de formular espacios para atender y aprender que en la crisis siempre se puede construir un camino de esperanza”, manifiesta.

Al ser consultado sobre lo que le ha dejado la industria, Méndez no duda en señalar que la palabra clave es transformación desde el punto de vista gerencial. “En consumo masivo se trabaja con un mercado muy amplio, dinámico, agresivo, pero menos complejo; en farmacéutica el mercado no es tan atomizado, pero sí de mucha complejidad”.

VISIÓN DE MERCADO

El presidente de Calox es enfático al señalar que “somos un grupo de ejecutivos de todo nivel que nos incorporamos a la organización y hemos aprendido a trabajar incluso con el talento fundador para acompañarnos y transformar Calox en lo que es hoy en día”.

En su hablar se denota una amplitud hacia lo nuevo, a la reinención. “El cambio es incómodo cuando te aferras al *status quo*, cuando te cuesta leer el entorno. Escucho personas que dicen que en Venezuela es difícil planificar y yo no coincido con eso. Sí se puede planificar, solo que demanda una evaluación constante y profunda del entorno y un reajuste táctico continuo. El mejor ejemplo es esta organización”, apunta.

En su rol de líder en un mercado tan dinámico, Méndez cree que, al inspirar personas y regalarles la visión de cómo ver oportunidades en los cambios y crecimiento en todo sentido, se pueden hacer los reajustes “para realizar las cosas cada vez mejor. Siempre le repito a mi equipo cómo colaborar, cómo cooperar. Celebramos un logro y de inmediato buscamos cómo mejorar”.

Desde su óptica, el mercado es voraz y muy competitivo, “pero cuando tienes una historia que contar y una propuesta de valor como la de Calox, de más de 87 años de trayectoria impecable, que le plantea a trabajadores, *stakeholders* y

comunidad las soluciones que llevan bienestar, sencillamente, construyes una historia que te permite competir”, subraya.

Es por ello que, para Calox, la competencia es una oportunidad de dinamizar la propuesta de valor, lo cual es clave en cualquier organización, en cualquier parte del mundo. “Vemos un mercado con una tendencia a continuar recuperándose. Por ello, nuestros 400 trabajadores mapean permanentemente la realidad para relanzar productos y así reformular modelos de negocio”, expresa su presidente.

En este sentido, han establecido acuerdos en los últimos tres años para brindar un portafolio robusto en la atención de patologías que son cruciales para la salud pública.

INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD

Actualmente, Calox maneja las líneas de OTC, que incluyen cerca de 15 productos, con marcas reconocidas como Dol, Viajesan, Caloxpirina, Festal, Atamel y Hexomedine; la línea de MCK, que abarca siete unidades terapéuticas y 20 moléculas; Calox veterinaria para mascotas, equina y animales de producción; y Calox genérico, con cerca de 15 áreas terapéuticas, 50 moléculas y 80 SKU (*stock keeping unit*).

“Adicional a ello, adquirimos la planta de Guarenas de Sanofi, empresa con la que firmamos un acuerdo el año pasado para representar, en Venezuela, 16 de sus productos y para el acompañamiento en programas de donación para pacientes que requieren de las llamadas drogas huérfanas, que son altamente costosas”, explica.

Méndez refuerza su visión de que el gerente en Venezuela debe cumplir con dos variables, como son la innovación y la flexibilidad. “Cuando se opera en un entorno como el venezolano, si uno se apegaba al pasado o modelos viejos, el cerebro busca la solución en los archivos que tiene y así es muy difícil poder evolucionar en un mercado como este. Lo bonito de Venezuela es que permite hacer el genuino ejercicio de la creación día a día porque todos los días hay desafíos”.

PING PONG

UN LIBRO: *PENSAMIENTO LATERAL*

DE EDWARD BONO

UNA CIUDAD: CARACAS

UN HOBBY: *TREKKING*

UNA PELÍCULA: *CADENA DE FAVORES*

UN PERSONAJE: MIYAMOTO MUSASHI

UN SUEÑO: VER A MI PAÍS PROGRESANDO;
QUE MIS HIJAS NO TENGAN QUE IRSE DEL PAÍS

Entrevistas

SINUTIL

ANTIOTEPAL

Antidoloroso

500 mg

Indicaciones:
Dolor de cabeza
Dolor de muelas
Dolor de espalda
Dolor de estómago

LABORATORIOS VINCENTI

Solunovon

LABORATORIOS VINCENTI

Tratamiento
a base de glicina

SANTIAGO OTERO

**“Somos uno de los laboratorios
con mayor velocidad de
crecimiento en Venezuela”**

Desde hace seis años, el CEO de Laboratorios Vincenti dirige una nueva etapa de evolución en la empresa, logrando transformaciones de alto impacto como su incursión en el ámbito bursátil

Redacción / Foto: Humberto Trejo

Junto a Evenpro, su aguda intuición lo llevó a dirigir las empresas Metropolitan, Cinex, Liveri y Vincenti, como respuesta al plan de diversificación intencional y necesaria que trae la madurez empresarial.

A las categorías de espectáculos, licores, cine y boletería, se incorporó recientemente el sector salud como uno de los nuevos negocios del grupo comercial que nació con Evenpro, reconocida productora de eventos en el país. “Dentro de nuestros planes de diversificación, nos llamaba mucho la atención el mundo de los medicamentos, debido a la poca disponibilidad que había en el sector, por lo que decidimos adquirir Laboratorios Vincenti y aportar en la generación de empleos en Venezuela”, explica Santiago Otero, CEO de la empresa.

Una interesante historia que comienza por la cercanía de la familia Otero con Adolfo Pecchio Vincenti, nieto del Dr. César Vincenti, fundador del laboratorio que ya contaba con 70 años de existencia cuando se realizó la transacción. Bajo esta valiosa herencia para la industria farmacéutica venezolana, comenzó una completa transformación organizacional, desde el logotipo hasta los empaques y forma de comunicación, fuerza laboral y ampliación del portafolio con diversas alternativas terapéuticas.

“Hemos trasladado nuestra experiencia en el manejo comercial y de mercadeo para cambiar y reforzar la imagen del laboratorio y sus productos, considerando los más altos estándares de clase mundial. En ese camino hemos ido avanzando con firmeza bajo un clima de éxito, innovación y vanguardia”, refiere Otero.

Desde el 2017 se viene desarrollando este proyecto de transición que rápidamente ha reportado sus frutos: de la posición 72 pasaron a la 20 en el ranking farmacéutico nacional y actualmente emiten papeles comerciales en la Bolsa de Valores de Caracas (BVC).

Sin duda, son claros los indicadores de la evolución que experimentan a pesar de los altibajos del mercado. A su juicio, esto se traduce en “uno de los laboratorios de mayor velocidad de crecimiento en el país. Por ello, me siento muy orgulloso del equipo comprometido que me acompaña y que dirige nuestra gerente general, Jacqueline Mogensen”.

“Igualmente, quiero destacar el agradecimiento profundo para clientes, autoridades sanitarias, gremio médico y farmacéutico por el valioso apoyo que siempre nos han brindado y que ha permitido el crecimiento exponencial de Vincenti”, añadió.

TEJIDO EMPRESARIAL

Santiago Otero se inició muy temprano como emprendedor. A los 17 años organizaba eventos deportivos y así surge Evenpro, hoy enfocada en grandes producciones para el sector del entretenimiento. Su aguda intuición lo llevó, más tarde, a dirigir Metropolitan, Cinex, Liveri y Vincenti, como respuesta al plan diseñado de diversificación intencional y necesaria que trae la lucidez empresarial.

Destaca que “al ser un grupo variado podemos potenciar el alcance del laboratorio, promoviendo alianzas comerciales apoyados en la oferta de los otros negocios. Por ello, pienso que le hemos aportado frescura, entusiasmo y la energía que nos ha caracterizado por años como empresarios, contribuyendo al desarrollo del mercado farmacéutico y del país”.

Su acercamiento a esta nueva incursión se apoya en una dinámica de aprendizaje en dos direcciones: una larga experiencia y lecciones como constructor de marca para brindar a Vincenti, mientras el laboratorio le enseña, en el plano personal, “la disciplina y la paciencia con los tiempos, que son muy distintos a los que estamos acostumbrados, ya que se trata de un sector muy exigente”.

Resalta, en especial, su respeto hacia el tema regulatorio. “Esto es delicado, pues hablamos de salud, de consumo humano, por lo que somos rigurosos y meticulosos para seguir reuniendo las condiciones que nos han permitido, entre otros logros, representar a laboratorios internacionales de prestigio que confían en nosotros la comercialización y mercadeo de sus productos”.

DE CLASE MUNDIAL

Como gerente, Santiago Otero se siente absolutamente comprometido con Venezuela, poniendo en primer plano su voluntad y optimismo para contribuir a transformar la vida de las personas. “De allí que Vincenti esté asociado con colores de bienestar, como azul y verde, que conectan con el agua, la naturaleza y la felicidad”.

Aunque se reconoce impaciente, tiene muy claro que el cuidado y el actuar de forma metódica son claves para el éxito. “Esa parte me la inculcó el espectáculo; cuando manejas el escenario de los grandes artistas del mundo, te encuentras en unos niveles de responsabilidad extrema y no puedes permitirte fallas”.

Por esto, el CEO del laboratorio insiste en la visión de clase mundial “que perseguimos como expertos y que ahora, en Vincenti, estamos aplicando para impactar su cultura y llegar a los primeros lugares en un mercado cada vez más competido”.

Ping Pong

UN LIBRO: SAPIENS DE Y. N. HARARI

UNA CIUDAD: HONOLULÚ

UN HOBBY: EL SURF

UNA PELÍCULA: COCOON

UN PERSONAJE: KELLY SLATER

UN SUEÑO: VER CRECER A MI PAÍS



Cadena de eventos

Cada día miles de pacientes salen con recípe de una consulta, privada o pública, para un tratamiento crónico o agudo, preventivo, paliativo o curativo, luego de un diagnóstico de los tres mil posibles que aquejan a la humanidad

Cada recípe contiene, por lo general, tres productos que pueden ser de marca o genérico, según el hábito prescriptivo de cada médico, el lugar de la consulta y la clase social del paciente. Esa escritura con la clásica letra de médico está soportada, primeramente, porque la industria farmacéutica invierte millones de dólares y diez años, en promedio, para que una sola molécula, de cada diez mil que se investiga, germine como una medicación. Y es una molécula con una marca que, por derecho de patente, tiene una exclusividad en el mercado y que, luego de expirar, cede el espacio a otras marcas y genéricos. Otra razón de esa prescripción es lo aprendido por el médico de sus profesores en la facultad, así como del trabajo de información y comunicación de las empresas farmacéuticas.

Ese día de consulta o cualquiera posterior de quincena, el paciente o un familiar se dirige a adquirir los productos en una de las seis mil y tantas farmacias que hay en el país, surtidas por unas 200 y más droguerías activas. Este amplio canal comercial tiene una concentración de inventario y venta superior al 80/20 de Pareto; tal vez sea un 80/25 en farmacias y un 80/10 en droguerías.

Al presentar el recípe al dependiente o regente, son dispensados los productos indicados. Si no los tiene por diversas razones, ofrece opciones de la misma molécula que son o no aceptadas, o la persona pide las más económicas, o dice "deme, por ahora, la más importante".

Los motivos de disponibilidad son tan variados como los colores y sabores: las cantidades fabricadas, la entrega oportuna, manejo de demanda/inventario y solvencia de droguerías y farmacias. La industria farmacéutica dispone de algo más de tres mil productos y nueve mil SKU (stock-keeping unit). Tenerlos todos todo el tiempo en la cantidad correcta es casi que imposible.

¿Cuál es la clave?

Desde la investigación y desarrollo, producción y distribución, hasta la compra en una farmacia existen varios pasos con múltiples factores no controlados por un solo participante de este sector. La integración entre laboratorio, médicos, droguería y farmacias hacen posible la dinámica de un mercado que vende, en promedio, 14 millones de unidades cada mes para una población de 26 millones de habitantes. Eso es 1,8 unidades mes per cápita, muy bajo para la tasa de años anteriores de seis unidades, lo que se traduce en que un grueso de la población no adquiere medicamentos, no puede adquirirlos o no está en tratamiento.

Cada actor de este sector piensa y actúa para el éxito, que no es el azar de una lotería, ruleta o dados, donde las probabilidades son inciertas. Es más bien un juego de dominó, donde los entendidos dicen que es mitad suerte (al levantar las piedras) y mitad ciencia en cada jugada, y con la ciencia se puede tener la posibilidad de ganar lo máximo posible o perder lo menos posible.

Un manager de béisbol decía que en un campeonato largo, las estadísticas apuntan a la probabilidad de ganar en un tercio, de perder en otro tercio y que el manejo, preparación y ejecución en la parte restante conforman la llave para ser el triunfador. Esa es la clave para ganar el campeonato.



Jesús A. Chávez
Especialista en Marketing
Farmacéutico



Trayectoria



Línea OTC

Experticia



Línea Éticos

Innovación



Línea Genérica



Somos el empuje que te mueve a
disfrutar la vida



¿Cómo protegernos de las diarreas?

La diarrea es una condición que afecta a muchas personas y, en algunos casos, puede ser grave e incluso mortal. Por ello, es importante comprender los riesgos y conocer las medidas de prevención, desde el punto de vista de los especialistas en salud

La diarrea está caracterizada por la evacuación de heces blandas, acuosas y frecuentes. Puede ser causada por una variedad de factores, que incluyen infecciones virales, bacterianas o parasitarias; alimentos contaminados, trastornos inflamatorios, medicamentos o intolerancia a ciertos alimentos.

La flora intestinal, componente clave en la prevención de la diarrea, es una comunidad de microorganismos que habita en nuestro sistema digestivo, responsable de una serie de funciones importantes en nuestro cuerpo, que incluyen la digestión, producción de vitaminas y protección contra patógenos.

La disminución de la flora intestinal puede, no solo generar un aumento de las deposiciones, sino también incidir en la aparición de otras enfermedades relacionadas con el sistema digestivo. Esto puede suceder cuando tomamos antibióticos, por ejemplo, ya que estos medicamentos matan no solo las bacterias que pueden causar la infección, sino también las que son beneficiosas y residen en nuestra flora intestinal.

PROBIÓTICOS COMO OPCIÓN EFICAZ

Es importante proteger la flora intestinal con medidas preventivas como lavarse las manos regularmente, en especial antes de comer o después de usar el baño. También debemos asegurarnos de consumir alimentos bien cocidos y almacenarlos de forma adecuada para evitar la contaminación y la exposición a agentes infecciosos.

La administración de suplementos probióticos, compuestos bacterianos beneficiosos para el intestino, es una opción eficaz y segura en personas con flora intestinal debilitada por enfermedades o por el uso de antibióticos, ya que ayudan a reducir el riesgo de diarrea. Esta condición seria puede causar una pérdida significativa de agua, nutrientes y electrolitos, aumentando los riesgos de deshidratación y otros problemas de salud.

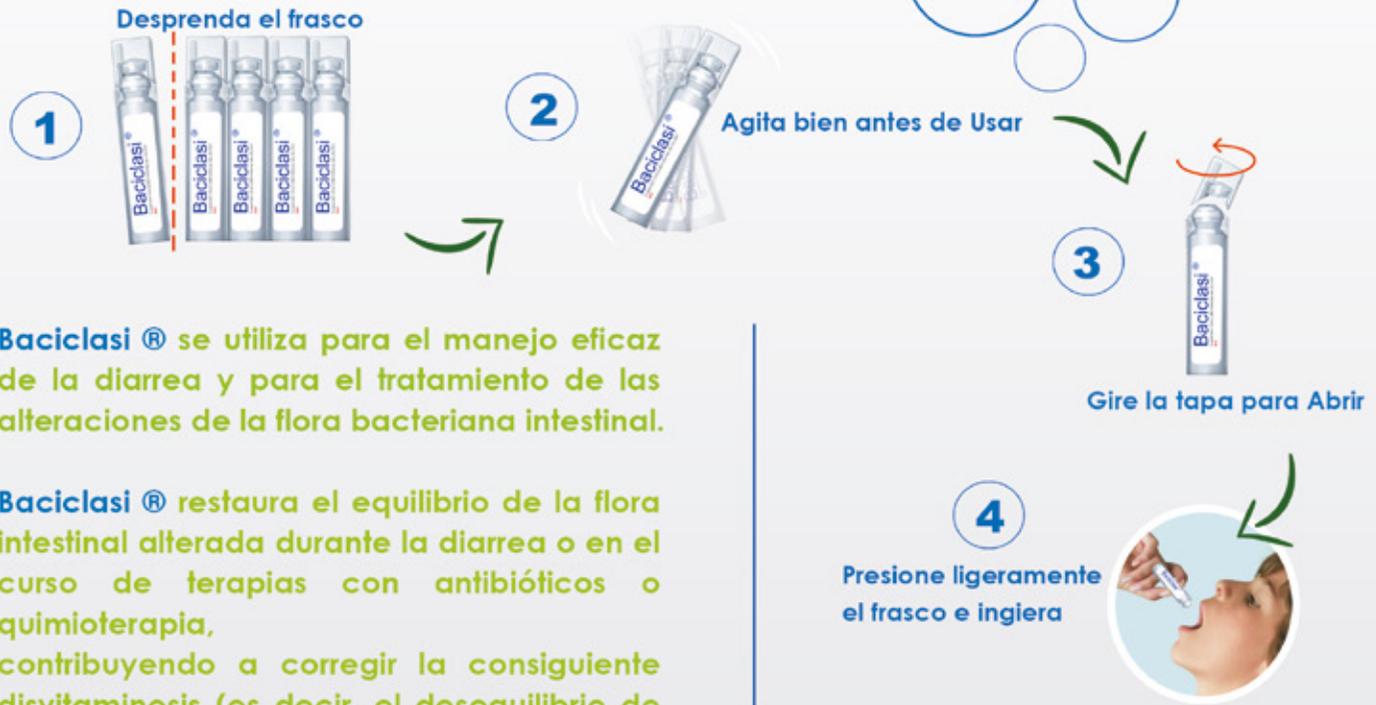
Es esencial tomar medidas de higiene y cuidado, además de fortalecer la flora intestinal para mantenerla saludable, tal como indicamos anteriormente. Los especialistas recomiendan, junto a los probióticos, una dieta equilibrada con alimentos ricos en fibras, vitaminas y minerales, que contribuyen, además, a prevenir enfermedades relacionadas con el tracto digestivo y otras de carácter infeccioso. Así protegemos nuestra salud y bienestar.



Dra. María Elena Chávez M.

Pediatra. Jefe de Servicio Emérita
Hospital Dr. Ángel Larralde
Ex presidenta de la Sociedad de Puericultura
y Pediatría Capítulo Carabobo

Baciclasi®



Baciclasi® se utiliza para el manejo eficaz de la diarrea y para el tratamiento de las alteraciones de la flora bacteriana intestinal.

Baciclasi® restaura el equilibrio de la flora intestinal alterada durante la diarrea o en el curso de terapias con antibióticos o quimioterapia, contribuyendo a corregir la consiguiente disvitaminosis (es decir, el desequilibrio de producción y asimilación de las vitaminas).





www.dollyfarma.com

Glucophage[®]XR

Comprimidos de liberación prolongada

Glucophage[®]XR, para el control glucémico y la adherencia del paciente diabético al tratamiento. El tratamiento con **Glucophage[®]XR** se tolera mejor que la metformina regular. Estudios han demostrado que la frecuencia de eventos adversos gastrointestinales fue la mitad en pacientes con **Glucophage[®]XR** en comparación con metformina de liberación inmediata.

Consulte al médico especialista.



@dollyfarmave  

De Venta exclusivamente en Farmacias

RUBÉN BRETTO, DIRECTOR
INSTITUCIONAL DE LOCATEL

**“Creemos en nuestro país
y la manera más contundente
es seguir invirtiendo”**

30 años de labor en la empresa dan pie a su creencia de que la conexión emocional con el cliente es clave para que las marcas puedan trascender.

Redacción / Foto: Humberto Trejo

“Locatel A tiempo con tu salud” es un novedoso producto de telemedicina que ofrece consultas 24/7 en 13 especialidades médicas. Sin importar la edad, el afiliado a este programa tiene asistencia los 365 días del año, desde cualquier parte del país y del mundo, con una cuota anual que oscila entre los 10 y 42 dólares, bajo cuatro modalidades de registro: A Member, A Band, Atiempo y Atiempo Plus

Su presencia en el grupo Locatel no solo ha sido determinante en su andar profesional, sino también en la evolución de la empresa. Comenzó como asesor de la presidencia en su área de formación, Sistemas, para luego ocupar la dirección de Tecnología, lo que le permitió conocer a fondo el negocio y hacer de esta unidad un brazo al beneficio de los proyectos organizacionales.

Actualmente, como director Institucional, Ruben Bretto recuerda que uno de los dueños de la empresa, Luis Ruah, señalaba que “si existen marcas que permiten armar una oficina o montar una casa, por qué no crear un automercado donde las personas pudieran conseguir, en una gran superficie, todo lo necesario para recuperar su salud o mantenerla”.

Locatel vende y alquila equipos médicos desde 1979. En ese entonces ya se trabajaba en el proyecto de incorporar el esquema de farmacia a su tienda de Boleíta -donde también funciona la sede matriz-, lo que se concretó en 1994. Tres años después, crean el primer establecimiento con el concepto que ya conocemos, incluyendo óptica, ubicado en La Candelaria. “*Estaba full*, pues era la novedad del momento”, señala Bretto.

Así, el hoy *automercado de la salud* finalmente acelera su ampliación a través de un proyecto de franquicia.

“Una vez madurada la idea, Luis Ruah reunió a su grupo familiar y decidieron abrir, en 1999, la primera tienda en La Castellana, desencadenando un crecimiento exitoso a lo largo de los siguientes 12 años”, acota.

FIDELIZACIÓN DIGITAL

Para Bretto, la crisis fuerte que atravesó el país, con factores de impacto como disminución del consumo y el volumen de la migración, es parte del pasado, “pero nos enseñó a ver dónde están las oportunidades para ser más competitivos”.

Explica que “al igual que todos los comerciantes venezolanos, hemos pasado dificultades, y como líderes nos tocó escuchar al franquiciado en búsqueda de la adaptación”. Como se trata de una estructura familiar, en su opinión, la toma de decisiones en Locatel es muy dinámica; de allí que puedan amoldarse a las circunstancias con flexibilidad y salir renovados para activarse de manera distinta.

“Definitivamente, lo más importante es estar atento a los cambios del ecosistema que te afectan, no importa tu tamaño. Si no te adaptas, puedes desaparecer”. Por ello, se enfocaron en renovar los sistemas que tenían y adquirir otros dentro de la nueva proyección de la empresa de cara a clientes, pacientes y consumidores.

Con 48 franquicias en todo el país, 18 en Colombia y tres en Estados Unidos, entienden que las marcas deben trascender a través de lo emocional más allá de lo racional,

estableciendo una relación fiel y duradera. “Es allí donde queremos ubicarnos: motivar la fidelización gracias a la tecnología”, destaca.

Esta nueva visión les permitirá activar campañas continuas de promoción y descuentos para sus clientes, una iniciativa que, a su juicio, ha sido poco explotada en el país en comparación con otros mercados. Todo ello, enmarcado en planes de lealtad con manejo de puntos, acumulación y redención en todas las tiendas Locatel, además del proyecto de geolocalización para conocer el tránsito en las tiendas y censar a sus clientes y mantenerlos informados.

NUEVAS APERTURAS

Locatel inició el año pasado su retoma de espacios con buen paso. Las recientes aperturas de las tiendas del Centro Clínico Fénix y Hospital de Clínicas Caracas son consecuencia de ello. Cabe destacar que ambas son inversiones propias del grupo, “porque, aunque estamos concentrados en franquiciar, nos dimos cuenta de que tenemos que demostrarle a nuestros aliados que creemos en el país y en nuestra marca”, destaca el director Institucional de la empresa.

Luego de superar circunstancias desafiantes, siguen ubicados como el segundo retail farmacéutico del país y mantienen su liderazgo en equipos médicos. Se han ido fortaleciendo en el área de alimentación especial, donde aspiran ser líderes antes de que termine el año, ofreciendo todo lo necesario para la nutrición de personas celíacas, intolerantes a la lactosa o que tengan regímenes específicos.

“Dermocosmética también es un área interesante en nuestro negocio y continuaremos robusteciendo el área de farmacia, desde nuestro liderazgo en productos hospitalarios y no tradicionales, sin olvidar que debemos mantener la calidad de servicio que demandan los consumidores. En Locatel queremos quedarnos arraigados, que cuando alguien piense en salud piense en nosotros”, puntualiza.

Ping Pong

UN LIBRO: CIEN AÑOS DE SOLEDAD DE GABRIEL

GARCÍA MÁRQUEZ

UNA CIUDAD: CARACAS

UN HOBBY: BÁSKET

UNA PELÍCULA: EL PADRINO

UN PERSONAJE: ALBERT EINSTEIN

UN SUEÑO: NO DEJAR DE SOÑAR

SAHIR GONZÁLEZ

**“En un país tan dinámico,
hay que saber leer lo que ocurre”**

Bajo una visión de líder, que invita a “mirarnos más hacia adentro y no perder tiempo juzgando al de al lado”, González ha logrado formar una joven familia de 48 miembros que se han dedicado a trabajar íntegra, responsable y apasionadamente por el sueño Aless

El 14 de febrero de 2018 un incendio destruyó 60% de la empresa ubicada en Barquisimeto, estado Lara. Una experiencia dolorosa y dura para todo el equipo de Aless Pharmaceuticals. “Hoy podemos decir que esa circunstancia tenía un propósito de unión, de amar más la organización, de demostrar de qué estamos hechos. Y eso se nota a diario, se siente y se habla”, enfatiza.

Con 11 años en el sector farmacéutico, Aless Pharmaceuticals ya se ubica en el puesto 14 del ranking nacional de acuerdo a IMS (Estadísticas de Marketing Intercontinental). Los inicios de la empresa se orientan al rubro de los inyectables que tenía una débil producción en el país, para el momento de su fundación.

“El origen de la marca va de la mano de Dispromedical Droguería, empresa que me permitió independizarme y comenzar mi sueño de empresario. Di mis primeros pasos como visitador médico y fui creciendo hasta llegar a gerente de Ventas de la región centrooccidental de Laboratorios Valmorca, pero nunca solté las palabras de mi padre, quien me inculcó a mirar siempre más allá, a no tomar atajos y vivir cada instante. Y así lo hice”, expresa Sahir González, presidente de Aless Pharmaceuticals.

Dispromedical Droguería, que comenzó operaciones gracias al apoyo moral y económico de su mamá, quien se desempeñaba como educadora de biología, le permitió disfrutar parcialmente del éxito al ingresar con fuerza en el mercado privado hospitalario. Sin embargo, seguían sus inquietudes y su interés en darle una lectura correcta a lo que demandaba la industria para el momento.

“Una dinámica tan cambiante como la venezolana nos lleva a los líderes a mirarnos hacia adentro y evaluar los cambios, no solo en el país, sino en el sector. De ese análisis nació Aless Pharma, que toma su nombre de mi hija de 15 años, Alessandra”, refiere con emotividad.

GERENCIAR CON FE Y PASIÓN

En opinión de González, los sectores farmacéutico, alimentación y tecnología son los que han mostrado una favorable evolución en estos últimos años. “Para 2023, las cámaras y empresas que hacen medición hablan de 10% de crecimiento que es bastante interesante. Los actores que ya hacemos vida queremos mantener nuestra participación o comernos un poquito más de la torta y para eso hay que trabajar. Por ello, afronto cada reto con mi fe y esperanza puesta en Dios y fortalezco cada día el liderazgo al influir en quienes me acompañan con ánimo, pasión y amor por lo que hago”, reafirma.

A pesar de ser una empresa joven, Aless Pharmaceuticals es observada por muchos participantes de la industria que reconocen su positiva gestión. “El reto cada día es mayor por aumentar nuestro portafolio e incorporar nuevas moléculas, tratar de innovar, dar pasos importantes que nos lleven a considerar todas las vertientes que nos sigan posicionando como una empresa sólida, seria, responsable, que cuida la calidad de cada producto, sabiendo que, de esa manera, estamos cuidando la salud de los venezolanos”, subraya González.



Con 77 productos, que incluyen diversas clases terapéuticas, antibióticos (inyectables y tabletas orales), analgésicos antiinflamatorios, antihipertensivos, línea femenina, y antialérgicos, junto a la proyección de incorporar 35 nuevas moléculas estrictamente seleccionadas antes de que finalice este año, Aless Pharmaceuticals sigue creciendo sin dar pasos apresurados pero acertados. Por ello, 60% de su cartera ya cuenta con el Registro de Especialidad Farmacéutica.

“Los cambios en la industria apuntan a que los actores de trayectoria deben ir hacia el reconocimiento de las empresas nuevas, que se están atreviendo, que lo están haciendo bien y que llegaron para quedarse. Tener 11 años en el mercado y poder estar ubicados en el puesto 14, frente a empresas con presencia de 70 u 80 años, nos llena de mucho orgullo”, enfatiza el presidente de Aless Pharmaceuticals.

Ping Pong

UN LIBRO: *PADRE RICO, PADRE POBRE*
DE ROBERT KIYOSAKI Y SHARON LECHTER

UNA CIUDAD: BARQUISIMETO

UN HOBBY: FÚTBOL

UNA PELÍCULA: *LA VIDA ES BELLA*

UN PERSONAJE: JESUCRISTO

UN SUEÑO: QUE ALESS SIGA CRECIENDO
Y CRECIENDO

Dr. Mauricio Salazar, presidente de Badan

“Sueño con ser feliz ayudando a la gente”

Ha dedicado gran parte de su vida a apoyar a los pacientes y, como médico, se declara totalmente sensible a la realidad que los arroja

Redacción / Foto: Humberto Trejo

Savía, farmacia de Badan ubicada en Caracas, es la única en el país que utiliza la robótica española para despachar sus productos al cliente. Consiste en una especie de brazo automatizado que hace llegar el medicamento al vendedor desde el punto de almacenaje, acortando los tiempos de entrega.

Su principal arma para hacer frente a la necesidad de salud de tantos pacientes neoplásicos en el país es una sensibilidad pasmosa que conmueve y, a la vez, motiva. “Muchas veces me han dicho que no debo comprometerme tanto, pero yo sí lo hago, soy humano y empático. Si un paciente viene a nosotros, vamos a hacer lo posible por ayudarlo”. Así de firme es el servicio que presta el Dr. Mauricio Salazar como médico hematólogo y presidente de la Fundación Badan.

El Banco de Drogas Antineoplásicas (Badan) nace en 1977 gracias a un grupo de especialistas de la salud que lograron facilitar la entrada de medicamentos para pacientes oncológicos a precios más accesibles. “Todo comenzó prácticamente en un garaje, entre médicos que fueron logrando apoyo de UCV, IVIC y el Ministerio de Salud”, recalca.

El Dr. Salazar, médico hematólogo egresado de la Universidad Central de Venezuela (UCV), ha dedicado gran parte de su vida a ayudar a sus pacientes, ya sea mientras fungía como director Médico del Hospital Miguel Pérez Carreño, en el Seguro Social como coordinador de la Oficina Banco de Sangre, como presidente de la Sociedad Venezolana de Hematología o, en su más reciente cargo, como jefe de esta especialidad en el Hospital Universitario de Caracas.

La fundación es una organización privada sin fines de lucro que se autogestiona a través de la venta de los medicamentos que distribuyen y venden a menor precio. “Como llegamos a conocer la situación del paciente y nos enteramos de su vida, de sus problemas, no solo gestionamos la venta a un costo más bajo, sino que también, en oportunidades, hacemos donaciones para que las personas enfermas puedan completar la larga lista de requerimientos médicos que reciben en los hospitales y puedan ser finalmente operadas”, destaca.

Con 10 sucursales de farmacias en el territorio nacional, Badan es la única en el país autorizada para la venta de drogas antineoplásicas. Salazar señala que algunas redes de farmacia quieren lograr acuerdos con laboratorios para vender estos medicamentos, pero, a su juicio, es algo complejo por el tipo de medicinas que amerita un manejo adecuado.

GARANTES DE LA SALUD

“¿Cómo hemos logrado que Badan sea más competitiva? Nos dimos cuenta de que cuando el paciente llega a nuestras farmacias viene a buscar un medicamento como quimioterapia, pero, de acuerdo con el protocolo que le informa su especialista, la aplicación de esa medicina le puede generar fiebre, diarrea, náuseas o problemas respiratorios, entonces le hacemos como una especie de combo con todos sus requerimientos. De esa manera, diversificamos lo que antes era solo droga antineoplásica y evitamos que el paciente esté recorriendo diferentes locales

comerciales para adquirirlas”, manifiesta. Gracias al crecimiento que observa en el país, por el retorno de los laboratorios extranjeros que se habían ido, el Dr. Mauricio Salazar considera que ahora hay más medicamentos, lo que le da al paciente mayor seguridad, confianza y calidad. “El paciente tiene la tranquilidad de comprar productos confiables, originales; y el laboratorio sabe que nosotros somos garantes de que el producto va a llegar al paciente y bajo las condiciones adecuadas, respetando la cadena de frío y almacenaje”, enfatiza.

VISIÓN HUMANA

Salazar, quien tiene 30 años como profesor de la cátedra Técnicas Quirúrgicas en la Universidad Central de Venezuela (UCV), enfatiza en que conoce la situación de los pacientes neoplásicos, lo que viven a diario. “Y esta posición que tengo me permite entender mucho mejor cómo poder ayudar. Pero solo no puedo; por eso, dentro de la organización lo importante son esas 150 personas que trabajan como empleados y los 95 médicos oncólogos y hematólogos que conforman la asamblea de la fundación. Hemos logrado destacar por la gente, todos nos tratamos igual, todos nos conocemos, somos una casa muy grande, en la que nos apoyamos y, por ende, apoyamos a otros”.

En cuanto a las cifras de pacientes oncológicos, Salazar señala que hay quienes consideran que hay un número mayor que en el pasado. “Yo, simplemente, creo que en la actualidad tenemos más medios para hacer un diagnóstico más rápido. Esto hace que las cifras puedan aumentar posiblemente, pero también crece la alegría por las nuevas moléculas que han surgido y que nos permiten curar a más pacientes”.

Destaca Salazar que Badan quiere seguir siendo la fuente de los medicamentos nuevos y ofrecer las moléculas que se estén generando en el mundo para poder seguir prestando el mejor servicio humano. “Esto, que para cualquiera pudiera ser visto como algo comercial, tiene en realidad un fondo de ayuda, de humanidad. Tengo muy buena experiencia y muy buenos recuerdos de muchos pacientes con quienes compartí sus déficits emocionales, su condición social. Por eso me declaro totalmente sensible”, ratifica.

Ping Pong

UN LIBRO: *Confieso que he vivido* de Pablo Neruda

UNA CIUDAD: París

UN HOBBY: la música

UNA PELÍCULA: *El nombre de la Rosa* de Umberto Eco

UN PERSONAJE: Arturo Pérez Revorte

UN SUEÑO: ser feliz ayudando



Julie Barrueta

“Nuestra planificación estratégica apunta al largo plazo”

Para la gerente general de
Pharmetiquelabs-Laboratorios La Santé,
Venezuela es un mercado de
oportunidades

Redacción / Fotos: Pharmetique

La cercanía con los colaboradores de la organización la distingue y se evidencia en los recorridos que realiza continuamente en las regiones, instalaciones y sedes para compartir con el personal de los diferentes departamentos. “Estas visitas me permiten saludar y preguntarles cómo están, cómo se sienten, poder hablar con ellos, compartir resultados, ponerlos en contexto de cómo vamos y atender sus necesidades e inquietudes”, comenta Julie Barrueta, quien cuenta con una larga trayectoria de 25 años en Pharmedelabs-Laboratorios La Santé, uno de los principales participantes del sector farmacéutico venezolano.

Actualmente, se desempeña como gerente general de la empresa, luego de ejercer roles de contador (con título de la Universidad del Táchira), *controller* y gerente Financiero, lo que le concede un agudo conocimiento, no solamente de la compañía y sus números, sino también del mercado.

Considera que sus trabajadores son “el mejor equipo”, porque hacen posible que la empresa tenga un buen desempeño. “De un líder con quien tuve la oportunidad de trabajar muchos años, aprendí que siempre debemos contratar a la mejor gente, mejor que uno mismo y empoderarla”, acota Barrueta, acentuando así un estilo de gerencia enfocado en potenciar el talento humano.

La corporación Pharmedelabs cuenta con 11% de *market share*, según IMS (Estadísticas de Marketing Intercontinental), lo que la ubica en el segundo lugar de ventas en unidades y valores de la industria farmacéutica nacional, a través de los negocios de medicamentos primarios y de cuidados especializados, línea de consumo y la unidad La Santé de genéricos.

“Estos resultados nos llenan de orgullo y planes para seguir avanzando y ofrecer al paciente venezolano un amplio portafolio de productos con calidad, eficiencia, seguridad y accesibilidad. Por ello, nuestra gestión está enmarcada en planes estratégicos a varios años que nos permiten establecer objetivos y hacer seguimiento permanente”.

RESILIENCIA Y FLEXIBILIDAD

Para la gerente general de Pharmedelabs-Laboratorios La Santé, en los últimos tres años se ha observado una recuperación en el mercado farmacéutico, que cerró en 2022 con un crecimiento de 22% en unidades. Una tendencia en positivo, donde la empresa actúa “con mucha resiliencia, siendo muy recursivos y flexibles. Lo importante es que estamos preparados para satisfacer los crecimientos futuros, pues contamos con una planta que tiene capacidad productiva y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)”.

Considera que Venezuela es un mercado con oportunidades en la medida en que, por un lado, se pueda poner a disposición los medicamentos que hoy presentan escasez y, por otro, que mejore el poder adquisitivo. Con esta visión, la empresa está orientada a seguir trabajando en las necesidades de los pacientes, en aquello que demanda el mercado, buscando nuevas formas de crecer de manera sostenible y rentable.



“Solo a través de acciones y trabajando juntos se puede llegar a resultados que nos permitan salir de la dificultad en el menor tiempo posible”.

“Todo ello bajo los criterios de innovación, transparencia, seguridad, calidad y legalidad, pues nuestro objetivo dentro de cualquier estrategia es ofrecer una mejor calidad de vida para quienes requieren nuestros productos”, comenta.

En un ambiente de complejidades y retos, Julie Barrueta destaca cualidades que todo gerente debe reunir en su práctica profesional, tales como “ética e integridad, siendo coherente con lo que piensa, siente y hace bajo principios de honestidad y transparencia; respeto para escuchar, entender y valorar al otro; pasión para trabajar con entusiasmo y espíritu positivo, y calidad para hacer bien las cosas desde el principio.

En su opinión, las situaciones de crisis “hay que aceptarlas, en primer lugar. En mi caso particular, asumo la situación tal y como es, trato de mantener la calma y la fe y analizo el escenario, con el fin de poder identificar oportunidades o posibles soluciones. Luego pongo en contexto al equipo de la crisis, porque ninguna persona por sí sola puede superarla. Solo a través de acciones y trabajando juntos se puede llegar a resultados que nos permitan salir de la dificultad en el menor tiempo posible”.

Ping Pong

UN LIBRO: *El poder del ahora* de Eckhart Tolle

UNA CIUDAD: Caracas

UN HOBBY: cine y teatro

UNA PELÍCULA: *Mujer bonita*

UN PERSONAJE: mi padre

UN SUEÑO: Venezuela próspera

Algunos desafíos legales de la industria farmacéutica en Venezuela

Mucha fabricación y comercialización nacional bajo marcas extranjeras ha disminuido. A pesar de ello, estas compañías no han descartado el mercado venezolano como atractivo para el consumo de sus líneas de productos

La tumultuosa dinámica de la reciente historia venezolana ha obligado a la reconfiguración de muchos agentes dentro del sistema de producción y circulación de bienes y servicios. La reconversión monetaria, devaluación y dolarización, entre otros fenómenos, han generado una moviedza estructura que obliga a todas las compañías que hacen vida en el país a adaptarse y mimetizarse con un entorno desafiante.

La industria farmacéutica no es ajena a dicha situación. En este breve artículo, trataremos de enumerar algunos de los desafíos legales que derivan de tan compleja realidad.

1. La migración de buena parte de las farmacéuticas extranjeras a modelos de distribución que requieren utilizar la estructura nacional para llevar sus productos a los consumidores. Esto implica que mucha fabricación y comercialización nacional bajo marcas extranjeras ha disminuido. A pesar de ello, estas compañías no han descartado el mercado venezolano como atractivo para el consumo de sus líneas de productos. Ello representa un reto importante que conlleva a migrar a esquemas de distribución que normalmente suponen un cambio importante en su modelo de negocios. Desde este punto de vista, para las compañías farmacéuticas extranjeras existen al menos tres desafíos importantes: (i) establecimiento de políticas de KYC (*know your client*) robustas que permitan escoger a los mejores socios locales, (ii) fortalecimiento de la redacción y monitoreo de las relaciones contractuales que se establezcan con los socios nacionales (contrato de distribución, licencia y/o asistencia técnica) y (iii) tercerización de procesos regulatorios y administrativos relativos a registros sanitarios y otros temas. En nuestra opinión, el reto más importante es robustecer las estructuras internas de cumplimiento (*compliance*). En este sentido, la recomendación es adaptar su estructura local para (i) tener políticas de ESG que fortalezcan la imagen de la compañía local y permitan un proceso seguro de adaptación con los requerimientos globales de su socio extranjero, (ii) generar esquemas de control que garanticen independencia y eficiencia en la gestión de riesgos empresariales y (iii)

desarrollar políticas claras de relacionamiento con el sector público venezolano, considerando el impacto de las sanciones impuestas por el Gobierno de los Estados Unidos al Gobierno de Venezuela.

2. Comprender el alcance de estas sanciones y su impacto en las actividades comerciales de las compañías.

No es un secreto que, si bien están directamente enfocadas en el Gobierno de Venezuela, las mismas han tenido un impacto efectivo en la manera de hacer negocios para las compañías venezolanas. Para estas, es esencial desarrollar mecanismos que tomen en cuenta que las entidades bancarias estadounidenses caen en la práctica de sobrecumplimiento (*overcompliance*); es decir, no hay una investigación detallada de la situación planteada, e.g., transferencia de cantidades de dinero, sino que, en presencia de partes venezolanas, los revisores deciden detener la operación, lo que implica graves retrasos y obstáculos en el proceso de pagos de las compañías locales. Desde un punto de vista práctico, es aconsejable que las empresas nacionales intenten hacer los contactos previos con los funcionarios bancarios para explicar la situación de pagos y conocer la dinámica financiera de los mismos, de forma tal que se puedan justificar las operaciones *a priori*, sin caer en objeciones innecesarias que destruyan la dinámica necesaria del proceso de pagos propio de compañías locales que hagan negocios con compañías extranjeras.

En una próxima entrega, profundizaremos en otros desafíos legales, e.g., navegar el complejo mundo regulatorio, los criterios funcionariales y la voracidad fiscal, entre otros.



Jesús A. Dávila

- Socio de BakerMcKenzie Caracas
- Director de la Escuela de Derecho de la Universidad Metropolitana
- Presidente del Comité de Compliance de Venamcham

TIEMPO DE
RELAJAR

POSTURA

Bienestar



24 HORAS DE MÁS VIDA

MEJOR VIDA

SALUD

PAUSA ACTIVA



Campaña educativa cortesía de
Tiocolfen



CÁMARA NACIONAL DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS Y AFINES AL SECTOR SALUD, **CANAMEGA**

Las entidades que la conforman, la convierten en uno de los gremios empresariales más importantes para el desarrollo del país



Los gremios, entendidos como organizaciones y asociaciones civiles sin fines de lucro que agrupan entidades económicas con un mismo fin, son parte vital y fundamental en la construcción de políticas públicas en cualquier país. La unión, para alcanzar objetivos que contribuyan con la permanencia y funcionamiento de las diferentes empresas, es determinante.

Entre los diferentes entes del sector farmacéutico venezolano, la Cámara Nacional de Medicamentos Genéricos y Afines al Sector Salud (Canamega), fundada en el año 2000, agrupa a 22 de los principales actores económicos del sector: laboratorios farmacéuticos, laboratorios fabricantes de productos naturales, casas de representación y proveedores locales de materia prima, como partes integrantes del sector salud, generadoras de más de 5.000 empleos directos y más de 18.000 indirectos, aproximadamente. Estas entidades, respaldadas por una amplia experiencia y tradición de servicios de más de 100 años, hacen de Canamega uno de los gremios empresariales más importantes para el desarrollo del país.

Canamega, por una parte, orienta su acción hacia la promoción, fortalecimiento y defensa de las empresas afiliadas dedicadas a la producción, importación, representación y comercialización de medicamentos. La labor de la cámara va más allá del asesoramiento permanente de sus miembros en materia laboral, regulatoria, propiedad intelectual, ilícitos farmacéuticos, asuntos tributarios y aduanas, entre otros. Su acompañamiento y colaboración trasciende la mera formalidad de los trámites y su seguimiento constante ante organismos públicos. Su misión también se despliega hacia el desarrollo permanente de acciones en el ámbito profesional y de desarrollo del talento humano mediante la capacitación y adiestramiento técnico para el personal especializado de la industria farmacéutica en temas de actualidad, mediante talleres, charlas, cursos y seminarios. De esta manera, la gestión de la cámara está direccionada a ser una referencia institucional reconocida por su seriedad, responsabilidad y profesionalismo a la vanguardia del siglo XXI.

Impacto local

En este tiempo de complejidad, incertidumbre y ambigüedad, el sector farmacéutico organizado en Canamega está consciente del papel que le corresponde cumplir ante la sociedad. Por esto, fabrica los medicamentos en territorio venezolano, con calidad comprobada y en cumplimiento estricto de las normas de Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). En otros casos, nuestras casas de representación realizan importaciones complementarias para cubrir la insuficiencia o falta de fabricación local de algún producto.

A lo largo de estos 23 años de existencia, Canamega tiene muchas lecciones aprendidas, que hablan de la necesidad de ampliar progresivamente la red que la conforma, fortalecer las capacidades estratégicas de los afiliados para impulsar su desarrollo, gestionar la innovación para responder a las demandas de salud de la sociedad venezolana, potenciar la complementariedad de la acción gubernamental y del sector farmacéutico para el financiamiento de la investigación y la innovación e impulsar la revisión del marco regulatorio, así como contribuir y cooperar con la mejora de las políticas públicas en materia de salud.

Pertenecer a un gremio es ser parte del equipo de aquellos que, con esfuerzo y trabajo, alcanzan los resultados esperados.



Abg. Zoraida Rodríguez
Presidenta Ejecutiva Canamega

IGNACIO FERNÁNDEZ,
FARMACÉUTICO, EMPRESARIO Y
CONSULTOR NEOESPARTANO

“Si empiezas a ver crecimiento y avance podrás ver las oportunidades”

Compras Farmacia es un establecimiento que, en tan solo dos años de apertura, ha superado los esquemas en el sector de farmacias independientes en la isla de Margarita

Redacción / Foto: Ignacio Fernández

Combina tienda física, que atiende en un cómodo horario corrido, con una completa plataforma de comercio electrónico y está enfocada en ofrecer solo los productos necesarios para el cuidado de la salud.

Ignacio Fernández, propietario de Compras Farmacia, recuerda que “la propuesta de abrir hasta las 8 de la noche, incluyendo autoservicio, fue una novedad que introduje en Margarita con una farmacia propia en 1994. Un año antes, me gradué como farmacéutico en Caracas y enseguida comencé a trabajar en Farmatodo, mi gran escuela”. Allí obtuvo un aprendizaje que considera clave para su nutrida trayectoria como farmacéutico, empresario y y consultor especializado en gerencia por categorías.

Tuvo que cerrar su primer local por circunstancias personales e ingresó a Sigo, donde se mantuvo a lo largo de 21 años a cargo del manejo de toda la estructura de sus farmacias, desde el entrenamiento de personal hasta compras, supervisión, políticas y forma de trabajo. Al separarse de la empresa hace dos años, se dedicó a la apertura de Compras Farmacia para brindar una experiencia integral y diferenciadora.

IMPULSO A LA PROFESIÓN

Fernández es presidente de la primera cámara de farmacias del estado Nueva Esparta, de reciente creación y cuyo proyecto inmediato es lograr que todos los



Ignacio Fernández preside la primera cámara de farmacias del estado Nueva Esparta, de reciente creación

establecimientos regionales en este ramo se pongan al día en la normativa legal. “Esto también implicaría oportunidad de trabajo para los farmacéuticos. Muchos nuevos graduados se fueron del país, porque ha sido una profesión poco valorada y mal remunerada”.

En tal sentido, explica que el objetivo es crear consenso entre el comerciante y los farmacéuticos para lograr un buen salario; así los que no están se animarían a retornar a sus puestos de trabajo, realzando la importancia de la profesión y la responsabilidad que enmarca expender un medicamento.

Margarita cuenta con 155 farmacias y su apuesta, al frente del gremio, es captar 40% como asociados solventes. Por otro lado, aspira a crear una escuela para preparar a los empleados de este tipo de comercio, que no han cursado la carrera pero podrían formarse como auxiliares de farmacia acreditados por el Ministerio de Sanidad.

El asentamiento de Ignacio Fernández en la isla obedece, por una parte, a su gentilicio margariteño y, por otra, a su actitud optimista, pues piensa que “si empiezas a ver crecimiento y avance en la transformación que estamos viviendo, podrás ver las oportunidades que hay en el país. De allí nuestra inversión en Compras Farmacia, mejorando permanentemente nuestro concepto con perspectivas claras de expansión para contribuir a la atención de la salud en toda Venezuela”.

Invertir para el éxito

McMillon recuerda las palabras de Sam, el máximo accionista de Walmart: “Está antes el cliente que el accionista: la rentabilidad está en invertir en el cliente”

En la reunión de accionistas en 2012, Doug McMillon, el actual CEO de Walmart, cuenta que el primer día que entró a trabajar en la empresa, en 1991, como comprador asistente de aparejos de pesca, encontró una nota *Post-it* en su escritorio, quejándose de que su rival Kmart vendía hilo de pesca más barato. La letra era de Sam Walton, el padre fundador de Walmart. Por ese entonces Walton era la persona más rica del mundo.

No le queda mucho tiempo de vida. Morirá en el 92. Dos cánceres llevan tiempo destrozando su cuerpo. McMillon recuerda las palabras de Sam, el máximo accionista de Walmart: “Está antes el cliente que el accionista: la rentabilidad está en invertir en el cliente”.

Walton se levantaba todas las mañanas a las 4:30 a.m. Conducía una vieja camioneta destartada y vivió en la misma casa desde la década de 1950 hasta su muerte. Cuando viajaba por trabajo, volaba en turista o iba en autobús y se hospedaba en moteles baratos. Sus directivos jamás viajaron en business o se alojaron en un hotel de cinco estrellas. Decía: vendemos cosas baratas a nuestros clientes para hacerles la vida mejor, debemos llevar una vida acorde con eso.

Sam Walton dijo que dirigir un negocio exitoso se reduce a 10 simples reglas:

Comprométete con tu negocio

Cree en ello más que nadie. Si amas tu trabajo, estarás allí todos los días tratando de hacerlo lo mejor que puedas y muy pronto todos los que te rodeen sentirán tu pasión, como una fiebre.

Comparte tus ganancias con todos tus asociados y trátalos como socios

A su vez, te tratarán como un socio y juntos llegaréis más allá de las expectativas más salvajes.

Motiva a tus compañeros

El dinero y la propiedad por sí solos no son suficientes. Establece metas altas, fomenta la competencia.

Comunica todo lo que puedas a tus compañeros

Cuanto más sepan, más entenderán. Cuanto más entiendan, más les importará. Una vez que les importa, no hay nada que los detenga.

Aprecia todo lo que tus asociados hacen por el negocio

Nada puede sustituir unas palabras de elogio bien escogidas, oportunas y sinceras. Son absolutamente gratis y valen una fortuna.

Celebra tu éxito

No te tomes tan en serio. Relájate y todos a tu alrededor se relajarán. Diviértete. Muestra entusiasmo – siempre-.

Escucha a todos en tu empresa

Para reducir la responsabilidad en tu organización y forzar a las buenas ideas, debes escuchar lo que tus asociados están tratando de decirte.

Supera las expectativas de tus clientes

Dales lo que quieren y un poco más. Reconoce todos tus errores y no hagas excusas, discúlpate.

Controla tus gastos mejor que tu competencia

Puedes cometer muchos errores diferentes y aun así recuperarte si ejecutas una operación eficiente. O puedes ser brillante y aun así cerrar el negocio si eres demasiado ineficiente.

Nada contra la corriente

Si todos los demás lo están haciendo de una manera, hay una buena posibilidad de que puedas encontrar tu nicho en la dirección opuesta.



Laureano Turienzo

Presidente de la Asociación de Comercio Minorista de España



SOMOS SU OPERADOR LOGÍSTICO 4PL

Somos un Grupo Empresarial con una trayectoria de más de 60 años especializados en el negocio integral de la cadena de suministros.

- Agente de Carga
- Agencia de Aduana
- Seguro de Carga
- Transporte Internacional
- Almacén de Depósito y Distribución
- Compras Internacionales
- Asesoría Técnica

Miembros de:





Cuando abrimos el blíster que contiene un medicamento, rompemos el foil y exponemos la fórmula galénica (comprimido, tableta, cápsula) a las reales condiciones ambientales como temperatura, humedad y luz, entre otras

“Hablemos sin foil” es una vitrina para la reflexión acerca de situaciones puntuales y coyunturales en el sector farmacéutico que, desde la mirada de este humilde vendedor(*), me llevan a invitarlos a considerar, teniendo claro que lo que expongo tendrá válidos y respetados comentarios a favor o en contra, ya que es difícil acaparar el monopolio de la verdad o reservarse los derechos de exclusividad de la mentira.

En esta primera entrega, revisaré el concepto de coopetencia, en inglés *co-opetition*, e invito a incorporarlo en las prácticas de negocios del sector frente a la realidad actual, marcada por un todos contra todos, guerras de precios, incumplimientos de compromisos de pagos y el aventajamiento desmedido por la fuerte capacidad de negociación de unos pocos.

Todo lo anterior desvirtúa y desfigura el unificado propósito de brindar salud de forma integral, pues si las empresas del sector, tanto las que están enfocadas en la producción como aquellas que se vinculan con la comercialización -todas y cada una en pro del servicio y la calidad-, sufren en gran medida de afecciones que debilitan su salud financiera, climas laborables, capacidades operativas y, más allá, su potencial permanencia en el mercado, resulta irónico que estas compañías afectadas tengan como finalidad angular brindar salud y bienestar.

Las compañías del sector no están 100% saludables y si creen estarlo tienen alto potencial de quebrantarse, ya que el mercado cada vez decrece y su posible recuperación se torna muy lenta o difusa. Con la competitividad al máximo, no identifico acciones que pretendan incrementar la demanda, hacer que “la torta crezca”, que motiven a los pacientes a visitar al especialista y que promuevan la formación continua de médicos, farmacéuticos y auxiliares, con iniciativas de formación que vayan más allá de ofrecer distinciones para reconocer al producto más barato y su disponibilidad. Cada vez se compite por un *share* de pírrico crecimiento en unidades con un precio promedio en caída libre, donde la adherencia al tratamiento no se refuerza con argumentos relevantes de salud sino de rendimiento para el bolsillo.

En este momento, la única solución que visualizo es la **coopetencia**, una palabra compuesta, que une “competición” y “cooperación”. Se trata de una palabra-fusión que pusieron de moda Adam M. Brandenburger y Barry J. Nalebuff a finales de los años 90.

La coopetencia plantea interrogantes estratégicas

- ¿Cómo cambiará la dinámica competitiva si se coopera o si no se hace?
- ¿En qué debo cooperar y en qué no?
- ¿Qué tanto debo confiar?
- ¿Cuál *know how* queda en riesgo?
- ¿Cuáles vulnerabilidades podrían exponerse?

Se requiere un análisis cuidadoso, junto a una reflexión profunda y práctica, para arriesgarse a tomar la decisión de cooperar con los competidores. Igualmente, estos dos planteamientos son de recomendable consideración:

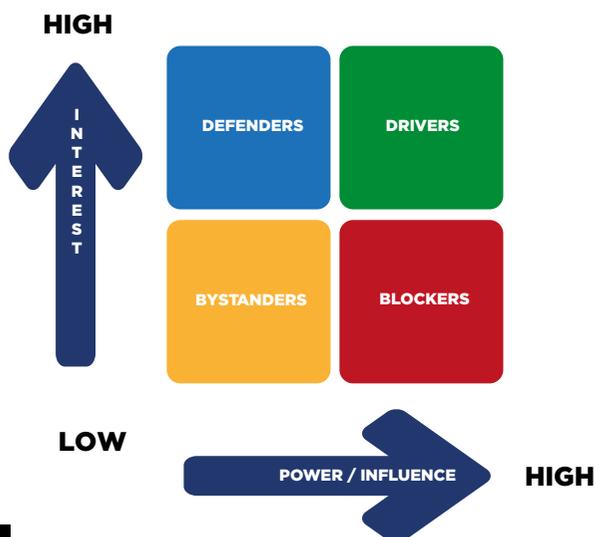
1. El *statu quo* no es una opción válida en mercados donde se estanca el consumo y aumentan los oferentes de productos y servicios.
2. Si decide no cooperar, alguien más tomará su lugar

La **coopetencia** es una opción desafiante porque, siempre, la cooperación con los rivales tiene un aspecto emocional importante. Por ello, se requiere de líderes con pensamiento versátil que puedan dominar las dos cosas a la vez: competir y colaborar, lo que requiere flexibilidad mental. Si nos aventuramos, considerando detenidamente los riesgos y las recompensas, es muy posible que obtengamos una ventaja sobre los que se quedan enfrascados pensando solo en la competencia.

Por último, te planteo ubicar a tu empresa en la matriz que ilustra este artículo; ella te orientará rápidamente a conocer si estás preparado para la **coopetencia**.

Me gustaría conocer tu opinión en cada una de las entregas para **Branding Pharma**. Escríbeme en el correo: coach@royrizo.com.

(*) Vendedor. Rindo tributo a esta profesión, ya que encierra el arte humano de la interrelación y del intercambio, material o no. Antes del trueque, el vendedor ya existía y previamente vendió confianza.



Roy J. Rizo D´Arthenay
Business coach.
30 años de experiencia en el sector farmacéutico



10 años
IIESAVILA

Transita la ruta del
COACHING ONTOLÓGICO
en IIESÁVILA

FORMACIÓN
Y CONSULTORÍA

Registrado en:



CURSOS
PROGRAMAS
DIPLOMADOS
CERTIFICACIONES



www.avilaies.com | info@avilaies.com | +58.4241918497 |     @avilaies



Festival de Cine "Salud para todos"

El cine siempre ha sido un medio importante para poder tratar, conversar y reflexionar sobre diversos tópicos de la vida humana

La Organización Mundial de la Salud (OMS) organiza desde el año 2020 una muestra de cine digital (disponible a través de *YouTube*) llamada *The Health for All Film Festival*. Su objetivo: ofrecer, a través de estos trabajos audiovisuales, la posibilidad de mostrar ejemplos que permitan mejorar la calidad de salud de la gente a nivel global.

Para esta edición (la cuarta que se organiza), se presentan casi 300 títulos, sumando ya, en 4 años, un total de 4.300 películas recibidas, provenientes de 110 países, las cuales demuestran el enorme interés que este aspecto tiene para la industria audiovisual y sus realizadores.

El cine siempre ha sido un medio importante para poder tratar, conversar y reflexionar sobre diversos tópicos de la vida humana. Las películas son herramientas que nos permiten abrir esos debates necesarios, para poder, como individuos y sociedad, evaluarnos en esos otros discursos y experiencias, permitiéndonos mejorar como seres humanos y, a la vez, como ciudadanos, impactando de esa forma dentro de las comunidades en las que vivimos.

En palabras del doctor Thedros Adhanon, director general de la OMS, "contar historias es tan antiguo como la civilización humana. Ayuda a inspirar, motivar, generar empatía y compartir problemas para que podamos encontrar y compartir soluciones juntos. Todo lo que hace la Organización Mundial de la Salud se trata de historias, porque todo lo que hacemos se trata de personas. Estamos entusiasmados por la cantidad y la calidad de las propuestas presentadas en el Festival de Cine "Salud para Todos" de este año. En última instancia, esperamos que el festival no sea solo una forma de contar historias, sino de cambiar el arco de las historias de las personas en todo el mundo, hacia una mejor salud".

Temática de impacto

Las tres temáticas específicas a tratar en la muestra están relacionadas, por una parte, con la llamada Cobertura Sanitaria Universal (CSU), que incluye temas vinculados con salud mental, enfermedades no transmisibles y otros aspectos relacionados con enfermedades transmisibles no asociadas con situaciones de emergencia. Por otro lado, están las que entran en el grupo de las emergencias sanitarias, como las causadas por la Covid-19 o el ébola, incluyendo

respuestas sanitarias en contextos de crisis humanitarias o entornos afectados por conflictos y finalmente, se encuentran las que tratan temas de salud y bienestar, que incluyen tópicos como la nutrición, el saneamiento y la contaminación, el género y aquellas películas que busquen promocionar la salud o la educación sobre la salud.

Los trabajos para las llamadas "producciones de acción real", ya sea en ficción o documentales, están limitados a una duración de entre 3 y 8 minutos cada uno, mientras que para los animados esta duración se reduce a 1 y 5 minutos, permitiendo una mayor exposición de los trabajos y un mejor impacto en comunidades.

Un jurado mixto, compuesto entre expertos de la OMS y reconocidos activistas humanitarios o personas vinculadas al mundo del cine y de la música, debe decidir, para el mes de mayo, los trabajos ganadores de esta cuarta edición. Como parte de los miembros de ese comité se encuentran personas como Sharon Stone, Mia Maestro, Eugenio Derbez, Wagner Moura, Alfonso Herrera y Adelle Onyango entre otros.

Las películas participantes en esta edición, al igual que algunos de los trabajos ganadores en las ediciones de los años 2020, 2021 y 2022, pueden ser vistas en *YouTube*, ingresando a través del siguiente link: <https://www.youtube.com/@who/playlists>.

Diversas instituciones como el Festival de Cine de Annecy (el mayor del mundo para películas animadas), la *BBC Global News* y el *Dutch Global Health Film Festival*, creado en 2017 por médicos de la Sociedad Holandesa de Medicina Tropical y Salud Internacional, forman parte de los organismos que soportan y contribuyen a la realización de este importante evento.



José Pisano
Gerente General
de Trasncho Cultural

Foto: Yuri Liscano



Moreno

RESERVACIONES:
+58 212 261-5569
reservaciones@morenocaracas.com

www.morenocaracas.com

Av. Luis Roche, C.C. Centro Turístico Altamira Village, Nivel Panorámico, Local MZ01 y MZ02
Urb. Altamira / Chacao - Caracas

Eventos

CLAVES PARA AFRONTAR LA NUEVA ERA DEL COMERCIO

Laureano Turienzo: “En un mundo digital, lo humano será lo más disruptivo”

El reto por romper es la barrera de lo que significa digitalización del comercio

Es uno de los principales referentes a la hora de hablar del comercio minorista. Más allá de presidir la Asociación Española de Retail y fundar el Círculo Iberoamericano del Retail, de producir contenido relevante en su blog retailnewstrends.me, de su indiscutible influencia como profesor en diferentes escuelas de negocios internacionales y de haber sido seleccionado como uno de los 15 españoles de la lista 2020 LinkedIn Top Voices, Laureano Turienzo es un profeta.

Su inquietud por analizar el impacto del contexto en las tiendas, online y tradicionales, es lo que lo ha llevado en las últimas décadas a predecir con exactitud las tendencias del mercado: “en el 2023 abrimos una nueva era, la de los ecosistemas en torno a la vida de los consumidores”, anuncia.

Su primera visita al país la realizó a finales de abril de este año, como ponente en el congreso sobre comercio en Venezuela, “Radiografía del retail. El retail en Iberoamérica, presente y futuro”, organizado por la Asociación Nacional de Supermercados y Autoservicios (ANSA), con un análisis que parte de los cambios generados por la pandemia del Covid-19 y la consecuente aceleración de la digitalización que construyó nuevos escenarios, donde la “hiperpersonalización de la experiencia” es el marcador para definir lo que el mercado está exigiendo.

¿CÓMO ES EL COMERCIO QUE VIENE?

Turienzo destaca que el mundo del retail está viviendo el momento de cambio “más importante de la historia”. De manera categórica, advierte que “si tu tienda se parece a la del 2019, estás en problemas”.

En su intervención, señala que se ha producido “un regreso a la socialización y un retorno significativo a la tienda física”. Destaca, sin embargo, que “vamos a un mundo tan digital, que lo disruptivo será lo más humano y, en este nuevo orden, el espacio físico y el online no son antagonistas”.

El futuro será híbrido, pues “el comercio electrónico no reemplazará el trato con las personas”. En la realidad, los consumidores combinan la experiencia física con la online: consultan el producto y el precio por Internet y cada vez, con mayor frecuencia, eligen retirar sus productos en la tienda. De allí que, agrega, la tienda más grande de todos los tiempos es la pantalla de un teléfono móvil. “El retail no puede exiliarse del celular, pues ahí pueden empezar la mayoría de las compras, independientemente de que puedan concretarse online o terminar en la tienda”.



El reto por romper es la barrera de los términos de lo que significa digitalización del comercio, explica. “La tienda más humilde del mundo puede estar en Facebook, dialogar en WhatsApp o aparecer fácilmente en Google. No tiene que haber una obsesión con vender online. La función puede ser crear tráfico hacia la tienda física”.

DE LA OMNICALIDAD AL OMNICLIENTE

Para el experto, la omnicanalidad trajo algo interesante conceptualmente. Hoy vemos que no tiene sentido tener distintos canales. Paulatinamente, vamos dejando de hablar de las ventas en tiendas físicas u online y hablamos solo de ventas. Un “comercio unificado” en un “escenario omniciente”, donde “no existen los canales, existen los consumidores. Sólo existe un canal: el consumidor”, insiste.

En su opinión, “la tienda física mantiene el protagonismo dentro del nuevo ecosistema físico-digital”. A los ojos de los consumidores, el que una empresa tenga grandes tiendas y un gran comercio electrónico es la mejor de las noticias. “Los clientes solo observan ecosistemas sólidos”. Para tener éxito en esta nueva era del mercado, es fundamental entender que se compite contra muchas otras opciones de gasto, que el presupuesto de los consumidores es siempre finito y que cada vez que un cliente opta por una tienda, es un logro. Por lo tanto, es crucial enfocarse en brindar la mejor experiencia posible al consumidor.

Defiende que “el comercio local (el abasto de la esquina) tiene su futuro garantizado”. Vamos al comercio de proximidad, asegura. Espacios convertidos en centros de vida en torno a la comunidad. Para ello, “ahora, más que nunca, es primordial basarse en la especialización de producto y la atención al cliente”.

En la nueva era del comercio, los espacios de venta se transforman para convertirse en puntos de encuentro. En definitiva, sentencia Laureano Turienzo, “el reto del futuro consiste en pasar de entender nuestros negocios como una mera actividad transaccional a convertirlo en una acción relacional con los clientes”.



FELICIDAD PARA TUS CLIENTES Y COLABORADORES

TU MARCA
AQUÍ



PUBLICIDAD EN
PANTALLA

BOLETOS
CORPORATIVOS

ESCAÑEA
Y VEN



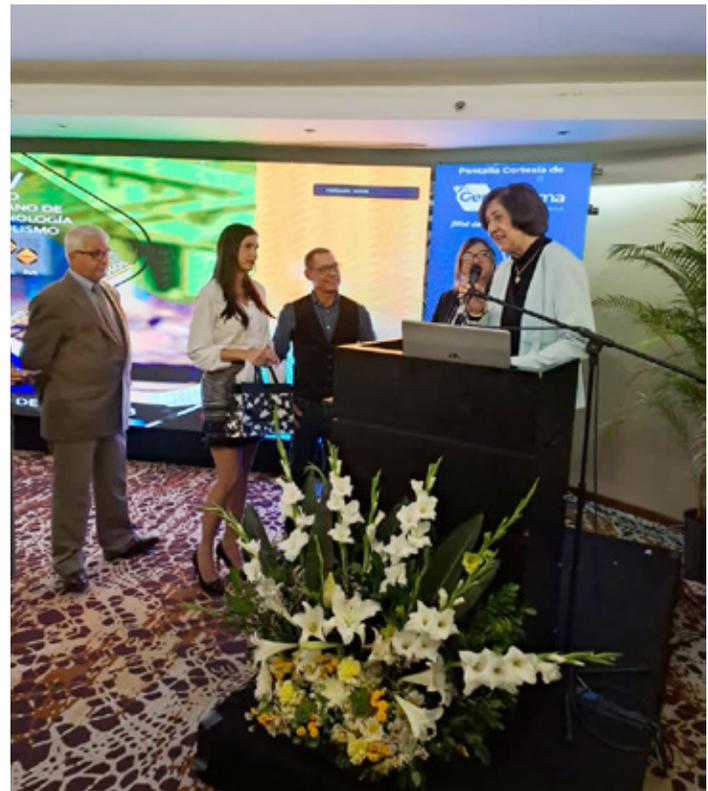
CONTÁCTANOS

VENTASCORPORATIVAS@CINEX.COM.VE

Venezuela a la vanguardia en endocrinología

En abril de este año, se realizó en Caracas el XXIV Congreso Venezolano de Endocrinología y Metabolismo 2023 “Dra. Elizabeth Gruber de Bustos”, con el fin de analizar tendencias e innovaciones médicas, tanto en el ámbito nacional como internacional

Redacción / Fotos: SVEM



“La endocrinología ha ido tomando fuerza en niveles importantes, sobre todo porque las enfermedades metabólicas son altamente frecuentes, como la diabetes y la obesidad, que constituyen las principales causas de mortalidad en el mundo. Por ello, es fundamental mantener a nuestros médicos actualizados”, explica el doctor Roald Gómez, internista endocrinólogo y presidente de la Sociedad Venezolana de Endocrinología y Metabolismo (SVEM), organizadora de esta iniciativa anual.

En la edición 2023, la doctora Elizabeth Gruber de Bustos fue seleccionada como epónima del encuentro, debido a su reconocida trayectoria como internista endocrinóloga y sus valiosos aportes a SVEM.

Cada año el congreso está esquematizado para cubrir de forma integral, entre trabajos libres, talleres y simposios, estudios relevantes sobre las diferentes glándulas del cuerpo humano. En esta oportunidad, se realizó la labor de los ex presidentes de la sociedad, quienes coordinaron los diferentes simposios, y se honró a la Dra. Matilde García de Blanco (†) en endocrinología pediátrica.

El evento contó con más de 500 participantes –médicos, residentes, nutricionistas, biólogos y estudiantes-, así como invitados especiales de España, Colombia, Brasil y Estados Unidos, bajo la idea de fortalecer colaboraciones con otros gremios científicos como la Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición (SEEN) y la Federación Latinoamericana de Endocrinología (Felaen).

Por Venezuela, también se hicieron presentes la Federación Nacional de Unidades de Diabetes (Fenadiabetes) y la Asociación Venezolana para el Estudio de la Obesidad (Aveso).

“Me siento muy satisfecho por la elevada participación y receptividad de nuestros asociados. Estamos activos y a la vanguardia, no solo desde el punto de vista académico, sino también asistencial. Siento que hemos avanzado porque, a pesar de las circunstancias de los últimos años, se ha visto un florecimiento de la industria farmacéutica, al disponer, por ejemplo, de los medicamentos de primera línea necesarios para el abordaje terapéutico de estas enfermedades”, resaltó el doctor Gómez.

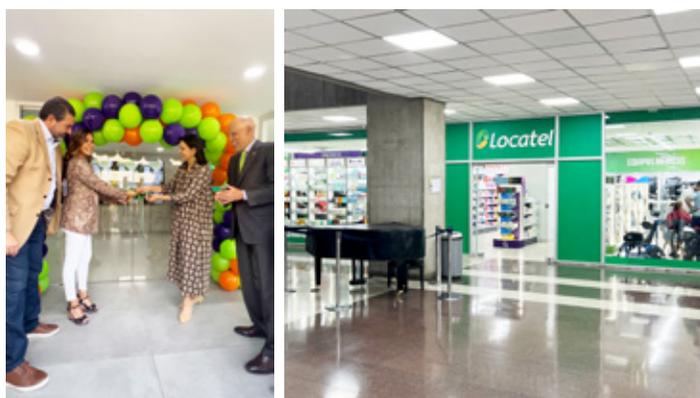
FARMATODO inaugura su farmacia número 178

Fotos: Farmatodo

Fiel a sus valores de orientación al cliente y compromiso con los venezolanos, Farmatodo sigue expandiendo su presencia en el territorio nacional, inaugurando su farmacia número 178.

Este nuevo punto, bautizado como Carlota, está ubicado en la avenida Francisco de Miranda con la avenida principal La Carlota, en el municipio Sucre, Caracas, y se encuentra enmarcado dentro del proceso de expansión y renovación en el país, que inició en septiembre del 2021, innovando en la experiencia de compra con el fin de brindar la mejor atención y calidad.

Carlota contará con todos los servicios característicos de Farmatodo: programa “Cuidamos Tu Salud”, servicio gratuito de inyectología, preparación de fórmulas magistrales, módulo de autopago y “Escanea y listo”, “Farmatodo a Domicilio”, autoservicio, WiFi gratuito, jardineras, rincón dulce, hilo musical y la sección de dermocosméticos en un piso de venta de 325 mt2, que brinda a sus clientes toda la comodidad, seguridad y confianza de contar con un Farmatodo abierto las 24 horas del día.



LOCATEL abre dos nuevas sedes en Caracas

Fotos: Locatel

Con más de 30 años de trayectoria en el país, el automercado de salud abrió una tienda en alianza con el Hospital de Clínicas Caracas y otra con el Centro Clínico Fénix Salud, dos puntos estratégicos para la empresa en su apuesta por el bienestar de los venezolanos.

Los vecinos de la zona de San Bernardino ahora podrán disfrutar de la gran variedad de productos y servicios que ofrece Locatel como atención farmacéutica, la más amplia oferta de medicamentos, alquiler y venta de equipos médicos, así como también marcas reconocidas en dermocosmética, vitaminas, alimentos especializados y mucho más.

El propósito de estas nuevas aperturas es unir esfuerzos y combinar las fortalezas de Locatel con clínicas de prestigio del país y así contribuir a recuperar, mejorar y mantener la salud de los pacientes.



Laser Airlines regresa a Curazao

Laser Airlines aumentará sus operaciones internacionales con la reincorporación de la ruta Caracas-Curazao desde el 5 de mayo de este año, con dos frecuencias semanales, los días martes y viernes, saliendo de Caracas a la 1:00 p.m. y retornando a las 3:30 p.m.

“Celebramos la reapertura de las fronteras aéreas entre Venezuela y Curazao, uno de los primeros destinos internacionales que operó Laser Airlines. En el marco de nuestro 29 aniversario, nos complace comunicar esta gran noticia a nuestros pasajeros y aliados comerciales”, dijo Eliana Verkooke, directora de Comercialización de la empresa.

Nuevas propuestas de Garnier para un cuidado de belleza sostenible

Garnier, de L'Oréal, celebró el Día de la Tierra con el lanzamiento de dos grandes gamas totalmente naturales: HidraBomb y HairFood, creadas con ingredientes únicos y especializados para una rutina de belleza completa, natural y más consciente ambientalmente.

Hidra Bomb presenta una serie de mascarillas tecnológicamente inspiradas en las tendencias de bellezas asiáticas y diseñadas con diferentes beneficios según su uso. Son biodegradables y compostables en casa. Por su parte, HairFood es la línea de champús, acondicionadores y mascarillas capilares de origen vegano, 98% natural, 95% de biodegradabilidad y diseñada con aceites vegetales para nutrir el cuero cabelludo de una forma responsable con el medio ambiente, libres de testeo animal, sin silicona, parabenos ni colorantes artificiales.



Coca-Cola FEMSA empodera a las venezolanas

Continuando con la labor de poner la sostenibilidad en el centro del negocio, Coca-Cola FEMSA de Venezuela graduó recientemente a 215 mujeres integrantes del programa Red de Empoderamiento Femenino (REF), sumándose a otras 100 bodegueras certificadas que culminaron su capacitación en 2022. Con esta cohorte, el embotellador de origen mexicano suma 315 emprendedoras preparadas por este programa creado y ejecutado por mujeres.

Carlos Álvarez, director de Operaciones de Coca-Cola FEMSA de Venezuela, manifestó la importancia de agregar estas iniciativas a las estrategias del negocio. “Para nosotros es un gran orgullo tener 215 nuevas clientas. Este es el camino de la sostenibilidad del negocio, premisa que es muy importante para nosotros como empresa. Estamos seguros de que cada uno de sus emprendimientos será muy exitoso y el trampolín para apalancar a cada una de sus familias”, expresó.

Toma el CONTROL de tu SALUD

MONITORES DE PRESIÓN ARTERIAL

KX MEDICAL®



HIPERTENSIÓN ARTERIAL

SINTOMAS: DOLOR DE CABEZA, PALPITACIONES, MAREOS, FATIGA.

FACTORES DE RIESGO : ACCIDENTES CEREBRO VASCULARES, INFARTO, ENDURECIMIENTO DE LAS ARTERIAS.

FÁCILES DE USAR CONFIABLES Y PRECISOS

www.kxmedical.com

PERLAVIS[®]

Línea de Jabones para el cuidado íntimo



La higiene íntima es importante para todos