Nacimiento de Nexdom, la nueva marca de servicios de asistencia del hogar del Racc

SUMMA La consultora ha ideado para el Racc su nueva marca de servicios de asistencia del hogar. Summa basa la nueva enseña en conceptos como la excelencia, el foco en las personas y la actitud proactiva. El objetivo era lograr una marca que permitiera al RACC plantear una propuesta enfocada de una manera específica y relevante a este segmento. Summa es una consultora especializada en creación y gestión de marcas. Cuenta con un equipo de 76 personas en sus oficinas de Madrid, Barcelona y Lisboa. Entre sus clientes, figuran CaixaBank, Inditex, Nestlé, Gas Natural o GB Foods.

Filial de digitalización hipotecaria

GRUPO BC La empresa de subcontratación bancaria Grupo BC ha creado BC Digital Services, una filial al 100% que pretende liderar el proceso de transformación digital de sus clientes, los bancos, en el proceso de contratación y formalización de hipotecas.

Terrassa Plaça abrirá el 3 de noviembre con quinientos puestos de trabajo

CITYGROVE El centro comercial Terrassa Plaça, que se inaugurará el próximo 3 de noviembre en la ciudad egarense, ha creado más de 500 puestos de trabajo, según anunció ayer la compañía británica Citygrove, promotora del complejo. El nuevo centro, ubicado en una parcela de 56.000 metros cuadrados, ha contado con una inversión de 30 millones de euros por parte de Citygrove, que considera que éste es uno de sus proyectos "más ambiciosos". Entre las marcas con establecimiento en el complejo se encuentran Mercadona, Bricomart, La Tagliatella, Altafit Gym Club y la italiana Globomoda.

Apertura de Imagina Lab en Valencia

CAIXA D'ENGINYERS La cooperativa de crédito ha inaugurado en Valencia un nuevo modelo de oficina que ha bautizado como Imagina Lab. Según la entidad, se trata de la primera sucursal pensada para poder tener una relación más directa con el público joven.

SECTOR FARMACÉUTICO/ EL VICEPRESIDENTE DE I+D DE ALMIRALL, BHUSHAN HARDAS, Y EL DIRECTOR OPERATIVO DEL CIMIT DE BOSTON, JOHN M. COLLINS, DEBATEN SOBRE LAS CLAVES DE LOS PROYECTOS INNOVADORES EN UNA NUEVA EDICIÓN DEL ENCUENTRO SANITARIO DEL IESE.

La innovación en salud empieza en el paciente

ANÁLISIS por Gabriel Trindade

La innovación es esencial para la industria farmacéutica, pero el alto coste del desarrollo de los fármacos supone muchas veces un freno a proyectos interesantes. La 24ª edición del encuentro sanitario del IESE reunió ayer al director operativo del Consortia for Improving Medicine with Innovation and Technology (Cimit) de Boston, John M. Collins, y al vicepresidente de I+D de Almirall, Bhushan Hardas, para debatir las claves para lograr una mejor eficiencia en la fase de descubrimiento de fármacos. Los dos expertos, a preguntas de la profesora Núria Mas, coincidieron en destacar la importancia de situar al paciente en el centro de la innovación.

"Actualmente el precio de llevar un producto al mercado es cada vez más caro y por eso el número de nuevos fármacos empieza a caer", explicó Hardas. El directivo, que se incorporó a Almirall en marzo, defendió que es básico conocer al paciente y, sobre todo, a los médicos, para captar correctamente las necesidades del sistema sanitario. "El I+D se ha vuelto más lento en este sentido; hay que trabajar en tecnología que sea capaz de analizar todos estos datos", apuntó el ex responsable global de I+D del área de tecnología y medicina estética de Allergan.

Jordi Estruch

Collins y Hardas, junto a Núria Mas, durante el encuentro.

Por su parte, Collins afirmó que la recolección de datos es básica. "Es una herramienta indispensable si queremos garantizar la sostenibilidad del sistema sanitario", indicó.

¿Por qué es necesario priorizar tanto al paciente? Para Hardas, no hay duda: "Si llevas al mercado algo que los pacientes no necesitan o no han pedido, no funcionará", afirmó. En este sentido, puso el ejemplo de la medicina estética, donde los pacientes son los que tienen la última palabra, pasando hasta cierto punto por encima de las recomendaciones de los profesionales sanitarios.

"Si es disruptivo, nos interesa"

El vicepresidente de I+D de Almirall explicó que la compañía explora continuamente nuevos acuerdos de licencia. En este sentido, se mostró muy satisfecho de la estrategia de la compañía en enfermedades huérfanas, con el acuerdo firmado con Patagonia Pharma para buscar un tratamiento para la ictiosis. "No nos centramos en estas enfermedades, pero, si encontramos una tecnología disruptiva, iremos a por ella", dijo el ejecutivo.

El experto del Cimit también evaluó la necesidad de crear un ecosistema adecuado para que la innovación pueda progresar. "Hay dos factores: tener buenas instituciones que sostengan el desarrollo de la ciencia y tener una buena conectividad entre ellas", señaló. Precisamente, la Generalitat anunció hace unas semanas la creación de un consorcio similar a la organización norteamericana. El nuevo organismo, llamado Centro por la Integración de la Medicina y las Tecnologías Innovadoras (Cimti) seleccionará entre 10 y 20 proyectos que se desarrollarán en el centro y recibirán apoyo técnico para maximizar su impacto en el sistema sanitario. "Buscamos problemas médicos, luego nos encargamos de encontrar fondos y finalmente financiamos lo justo para que arranque el proyecto", dijo Collins para definir la estrategia del Cimit.

Collins fue crítico con el academicismo de muchos centros de investigación. "Antes de empezar un proyecto, se debe pensar si existe modelo de negocio posible", advirtió. En este sentido, puso de manifiesto que a muchos científicos les cuesta ver más allá del laboratorio. "Las patentes no protegen una tecnología; lo que realmente protegen es un negocio", indicó.

El vicepresidente de Almirall también destacó la importancia de la colaboración entre instituciones y empresas. En este sentido, se mostró convencido de que los proyectos de I+D externos son una buena manera de potenciar el desarrollo de nuevos productos. "Hay que hacer exploraciones estratégicas", afirmó.

Reig Jofre designa a Gabriel Roig director general corporativo

G.T. Barcelona

La farmacéutica Reig Jofre informó ayer del nombramiento de su hasta ahora director financiero, Gabriel Roig, como director general corporativo. El ejecutivo deberá liderar el proceso de optimización operativa de las distintas unidades de negocio de la sociedad, y será responsable de los proyectos de expansión de la compañía.

Roig también será el encargado de realizar el seguimiento de las filiales internacionales en Reino Unido, Suecia y Singapur, con el fin de garantizar una mayor integración en las operaciones del negocio farmacéutico. El directivo informará directamente al consejero delegado, Ignasi Biosca.

La compañía ha incorporado a Roser Gomila como sustituta de Roig en la dirección financiera. La ejecutiva es licenciada en Ciencias Empresariales, MBA por Esade y PDG por el IESE. Con anterioridad, fue directora financiera y directora general adjunta del grupo Simón. Gomila participó en la definición y ejecución de la estrategia de negocio y financiera de la compañía.

Gabriel Roig asume el cargo, mientras que Roser Gomila será la nueva directora financiera

Reig Jofre se encuentra en pleno proceso de crecimiento internacional. La compañía se ha fijado como objetivo entrar en el mercado norteamericano en el año 2019 con un antibiótico. Por ahora ya ha presentado el registro en la Food and Drug Administration.

Paralelamente, también ha incrementado su presencia en Asia. Hace unos meses entró en Japón con un anestésico. Tras este hito, el laboratorio catalán confía en abrirse paso en el continente con más facilidad. De hecho, para el año que viene, se plantea la entrada en Indonesia. También estudia llevar su línea de complementos alimenticios Forté Pharma a China.

El nuevo director general corporativo de Reig Jofre, Gabriel Roig.

Al cierre de 2016, Reig Jofre obtuvo unas ventas de 161,6 millones (+2,7%) y un beneficio de 7,66 millones (-12,2%). Las acciones de la compañía se anotaron ayer un alza del 0,76%, hasta los 2,64 euros. Su capitalización es de 169 millones de euros.