

Empresas Responsables

COORDINADORA: **Viridiana Díaz**

viridiana.diaz@eleconomista.mx

Tel. 5326-5454 ext. 2129

GLOBAL HEALTH TEAMS, PROGRAMA DE RSE DE LA FIRMA

Pfizer comparte *expertise* con ONG mexicanas

Especialistas de diversos países pasarán tres semanas trabajando de tiempo completo con el personal de tres instituciones

J. Francisco de Anda Corral
EL ECONOMISTA

DICEN QUE es mejor enseñar a pescar que regalar el pescado. Esa es la visión de Pfizer, la principal farmacéutica del país, al emprender la reconversión de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa. “Más allá de ser una empresa donataria, aspiramos a ser creadora de capacidades y ayudar a las organi-

zaciones a profesionalizar su trabajo en el campo de la salud”, asegura Lizete de la Torre, directora de Asuntos Corporativos.

Además de la inversión en investigación clínica en México, que en 10 años ronda los 1,000 millones de pesos y la inversión social que cada año destina la empresa para programas de entrenamiento, acciones en favor del medio ambiente, la sustentabilidad y la premiación a los mejores



Rodrigo Puga, CEO de Pfizer México, dio la bienvenida al personal calificado del GHT que trabajará en el país por tres semanas. FOTO: CORTESÍA

estudiantes de medicina de todas las universidades del país, que rebasa los 100 mdp, Pfizer desarrolla el programa Global Health Teams (GHT), mediante el cual transfiere conocimientos y expertise a organizaciones que trabajan de cerca con pacientes que padecen múltiples enfermedades.

México fue pionero en la aplicación de este programa en su arranque,

en el 2011, y este año de nueva cuenta fueron seleccionadas tres instituciones mexicanas para recibir a nueve especialistas de alto nivel, procedentes de Japón, Reino Unido, Estados Unidos e Irlanda, que pasarán tres semanas trabajando a tiempo completo con el personal de la clínica oftalmológica Sala Uno, Fundación Salvati y Alzheimer México IAP.

Estos nueve voluntarios que provee Pfizer son ejecutivos de alto rango con especialidad en muy diversos campos. Hay especialistas en medicina, *marketing*, tecnologías de información, bases de datos, normatividad regulatoria, y fueron seleccionados por la empresa tomando en cuenta su talento, sus capacidades profesionales, su alto desempeño y con el propósito de responder de la manera más óptima a las necesidades de los proyectos a los que fueron destinados.

El proceso de seleccionar de las organizaciones participantes en el GHT estuvo asesorado por Pyxera, una ONG radicada en Estados Unidos y con representación en México. “Buscamos que fueran organizaciones con una trayectoria sólida, que estuvieran trabajando en un proyecto de mejora y profesionalización y que necesitarán de nuestra colaboración para escalar a un siguiente nivel”, detalla Lizete de la Torre.

“En esto consiste el segundo aspecto de nuestra estrategia: antes de hacer un invernadero, queremos ver

crecer estas plantitas”, precisa la ejecutiva, y por eso Pfizer ha previsto dar seguimiento a los resultados de esta experiencia, que comunicarán el próximo 2 de marzo, y esperan un efecto multiplicador de esta aportación en otras organizaciones que tienen un trabajo similar en el país.

FUNDACIÓN SALVATI

Esta ONG dedicada a tratar y cuidar a pacientes que padecen cáncer para que recuperen su movilidad y tengan una vida de mayor calidad, tiene el reto de comunicar el manejo del linfedema, que es una secuela oncológica resultante de la remoción de ganglios. Pfi-

zer va a colaborar con la Fundación Salvati en el diseño de una estrategia de comunicación para que otras organización sepan cómo informar sobre el tratamiento del linfedema. “En México, ocho de cada 10 mujeres llegan a tratamiento de cáncer de mama en fase de metástasis, y en muchas ocasiones lo que procede es la cirugía”, dice Lizette de la Torre; pero después, el gran problema que enfrentan las supervivientes es el linfedema, porque la

cirugía atrofía todo el sistema linfático y entonces aparece el linfedema, que es muy doloroso y afecta la capacidad de movimiento de las pacientes”.

ALZHEIMER MÉXICO

Esta organización lleva 13 años operando un Centro de Día para pacientes con alzheimer, con un modelo que ha dado resultados sorprendentes; ahora, con la asesoría de los especialistas de Pfizer, intentarán organizar esa experiencia para crear un modelo práctico que pueda ofrecerse como un *know how* o un *business model* a otras instituciones similares.

SALA UNO

El problema que enfrenta esta clínica oftalmológica es la retención de su talento médico y la permanencia de su personal especializado. Los expertos del GHT buscarán hacer un diagnóstico y ofrecer alternativas de solución para esta organización, cuyo propósito es evitar la ceguera de personas que padecen cataratas, que en México suman más de 2 millones y, de esa cifra, 700,000 personas padecen ceguera, que es la segunda causa de discapacidad en el país.