



BERNARD KRIEF

Gabinete de Estudios Sociológicos

Gabinete de Estudios Sociológicos

bernard krief

**CAMPAÑAS DE
LOBBYING**

con la

**ADMINISTRACIÓN
SANITARIA**

Ministerio de Sanidad

Consejerías de Sanidad de las CCAA



La Administración Sanitaria en nuestro país,

juega un papel excepcional por la

APROBACIÓN DE PRODUCTOS y SUS PRECIOS

y para la COMPRA de los mismos a nivel NACIONAL y AUTONÓMICO,

para los productos reembolsados por lo que se convierte en el *target group*

más importante para los Laboratorios Farmacéuticos.



1 planteamiento

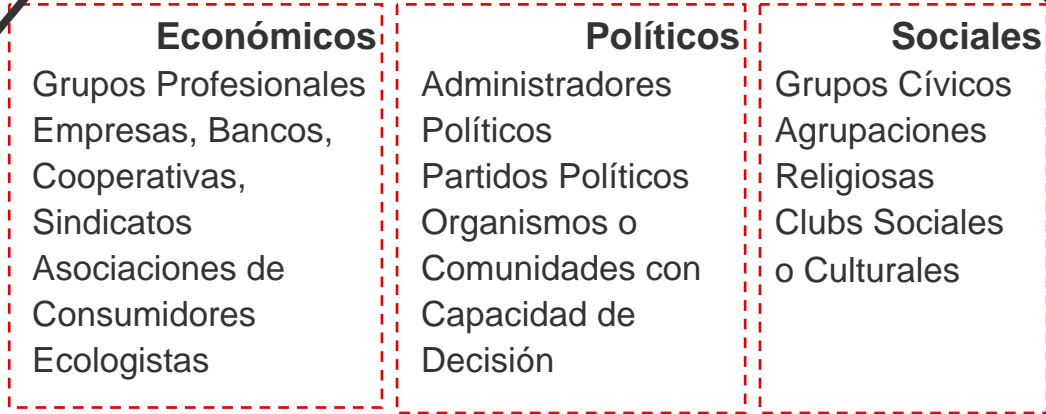
SUBÉLITES
con intereses
organizados

HACEDORES
de OPINIÓN
Sublíderes

ELITE
portadores
de poder

SOCIEDAD

FUERZAS
DEMOGRÁFICAS
ECONÓMICAS
ECOLÓGICAS
TECNOLÓGICAS
POLÍTICAS
CULTURALES



PÚBLICO EN GENERAL



La **Administración** debe abordarse desde distintos puntos de vista como un cliente más, y para ello, existen los:

A CANALES OFICIALES

Que exigen presentaciones de Dossiers, a ser posible, además de los Estudios Clínicos, conviene que estén acompañados por *Estudios Farmacoeconómicos*, realizados por profesores o catedráticos de prestigio en Farmacología Económica.

B CANALES INDIRECTOS

Se trata de hacer participar a la Administración como tal, en los Estudios que generalmente son aceptados, y sobre todo los Estudios Prospectivos Delphi, del que es un ejemplo clásico el realizado sobre



**La prestación farmacéutica/vacunal
en las Comunidades Autónomas de España**

Donde en un Estudio de COMUNICACIÓN SOCIAL COMPARTIDA – PARTNERSHIP – la Administración participó, para mejorar la relación con los Técnicos y Políticos de las Consejerías de Sanidad de las CCAA, y naturalmente con ese proceso MEJORAR LA RELACIÓN y DAR SERVICIO



C CANALES PERSONALES

La *relación personal* con políticos y técnicos, tanto del Partido de Gobierno como en la Oposición, puede ser también de utilidad para la acción de Lobbying, lo que significa disponer de PERSONAS DE ALTO NIVEL (Exministros, Presidentes de Fundaciones, Médicos o Farmacólogos ilustres) que pueden llevar la información sobre el producto, o presentarlos a registro y conseguir el reembolso.



Laboratorios N.A.S.A. desea realizar un

MACRO-ESTUDIO PROSPECTIVO DELPHI

sobre

FUTUROS ESCENARIOS, AL 2015, DEL
SERVICIO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA
A LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN ESPAÑA

con una METODOLOGÍA INNOVADORA

que contempla el uso de las

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN



La idea será valorar a través de un

ESTUDIO DE COMUNICACIÓN SOCIAL COMPARTIDA (PARTNERSHIP)

en colaboración con las Consejerías de Salud / Sanidad de las CCAA,
de cuál es, debía ser, y será, en el 2015, el

MARCO IDEAL DE LAS "GOOD PHARMACEUTICAL PRACTICES"

de un LABORATORIO FARMACÉUTICO, a los
SISTEMAS AUTONÓMICOS DE SANIDAD (Consejerías y Técnicos, Gestores de
Hospitales, etc.,)



3ejemplo

Lo importante es lo que van a percibir los VIPS AUTONÓMICOS
DE LA SANIDAD DE LAS CCAA del Proyecto



¡Cuentan con nosotros para consolidar su comunicación
y servicio farmacéutico!

Se trata, pues, de asociarlos a **Laboratorios N.A.S.A.**



3 ejemplo

No es la primera vez que se hacen

ESTUDIOS SOBRE IMAGEN y COMUNICACIÓN,

pero sí es la primera vez que un LABORATORIO desea obtener la
COLABORACIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS
en un

MACRO-ESTUDIO DE COMUNICACIÓN SANITARIA



Pues, el planteamiento de la futura comunicación de

Laboratorios N.A.S.A.

se basará sobre las

NECESIDADES REALES DE LAS CCAA

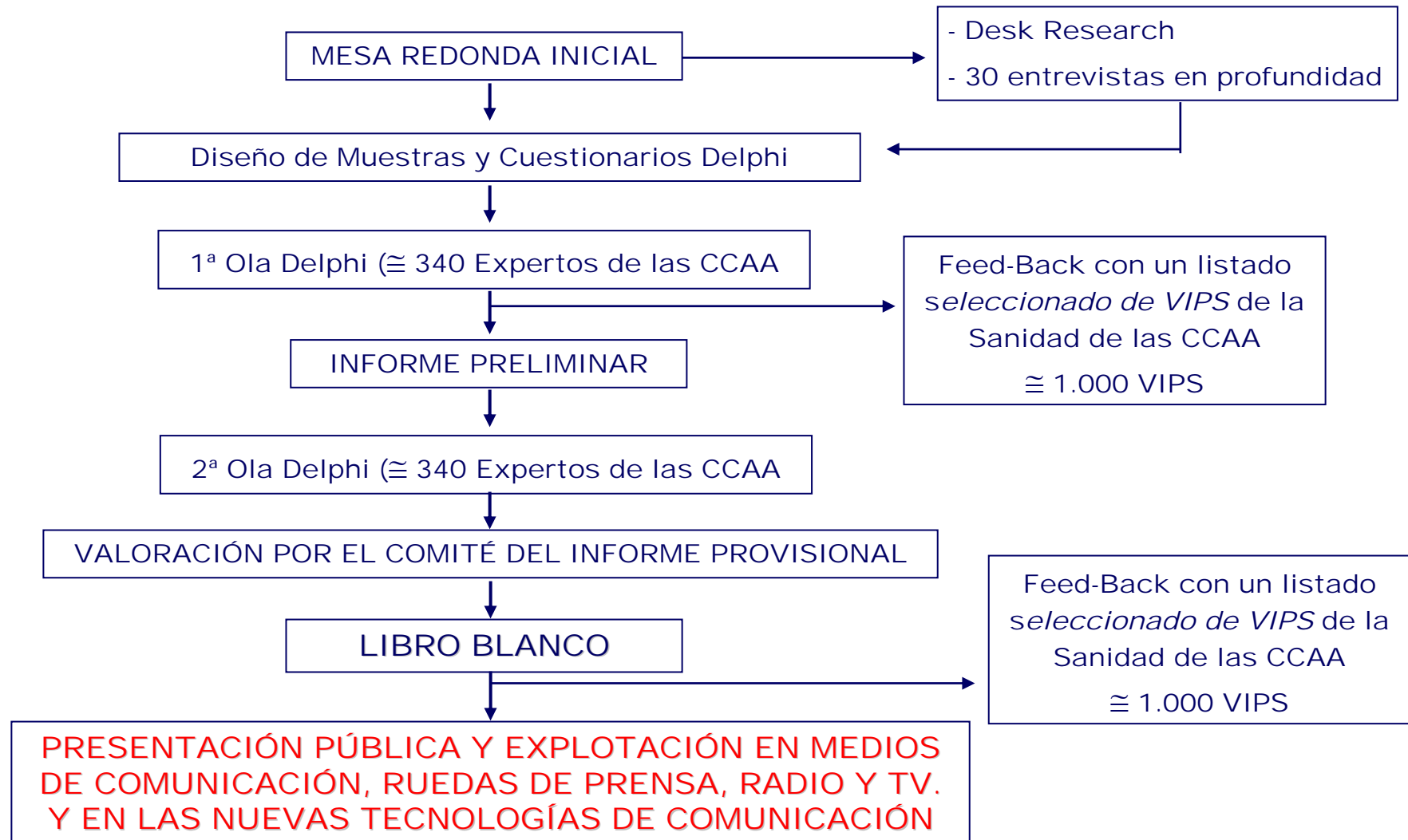
en materia de Sanidad, en base a la CALIDAD TOTAL



FASES DEL ESTUDIO PROSPECTIVO A NIVEL DE TODA ESPAÑA

(Como alternativa podría realizarse uno específico, Autonomía por Autonomía, con un sistema similar)

3ejemplo





acciones de relaciones públicas

4 acciones

NOTICIAS EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

La política de comunicación en LOBBYING

debe ser de PERFIL BAJO,

es decir de, comunicación e información OBJETIVA

sobre la **EFICACIA, ESTUDIOS CLÍNICOS**, etc., sobre la

NECESIDAD SOCIAL DE UN TRATAMIENTO MÁS MODERNO

Y SEGURO DE UNA PATOLOGÍA,

pero con poca AGRESIVIDAD

ya que los Administradores y Gestores aceptan la INFORMACIÓN

pero detestan la PROPAGANDA.



acompañamiento de las acciones oficiales

5 acompañamiento

La buena recepción de un DOSSIER por la AGENCIA DEL MEDICAMENTO, DIRECCIÓN GENERAL DE FARMACIA, e INSTITUCIONES SANITARIAS DE LAS CCAA, debe ir acompañada de acciones personales de LOBBYING, con los responsables de su recepción, a nivel de INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA, lo que supone que la AGENCIA debe tener capacidad de relación para poder llegar a los funcionarios y gestores y nivel de captación e imagen.

El Gabinete de Estudios Sociológicos Bernard Krief, creada en 1965 y autor de más de 400 Libros Blancos sobre Sanidad y sus patologías, tiene ese alto NIVEL requerido, y es conocida de sobra por las AUTORIDADES.



acciones complementarias realizadas por Bernard Krief

6 acciones

Es **CONVENIENTE DISPONER ASIMISMO** de **APOYOS OFICIALES** como puede ser:

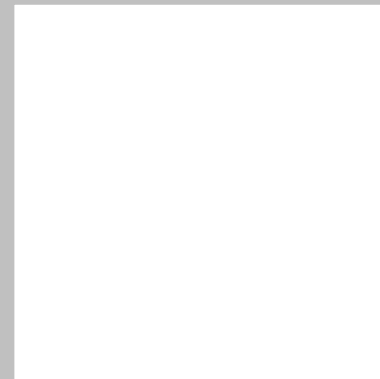
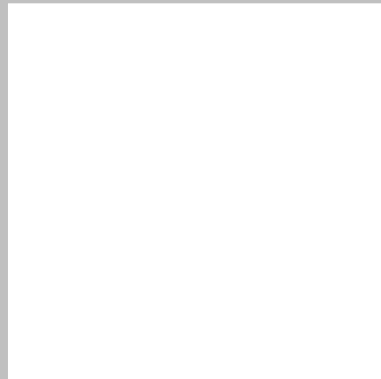
- A. Declaración de Interés Sanitario, de la Subsecretaría de Sanidad y Consumo, para un Programa basado en un Metaforum.
- B. Consecución de Créditos a la Formación para un Programa que nos sirva de soporte para la comunicación.
- C. La presentación de los Proyectos a las Autoridades Sanitarias en Registro oficial, para disponer de una *copia sellada* de recepción y conocimiento, además de una posible respuesta de colaboración.





BERNARD KRIEF

Gabinete de Estudios Sociológicos



BERNARD KRIEF
Avda. Reina Victoria, 72 • 28003 MADRID • ESPAÑA
Tfno.: + 34 91 554 16 00 • Fax.: +34 91 534 75 48
e-mail.: brabassa@bernardkrief.es • www.bernardkrief.es

