

La iniciativa “Dale Voz a la Diabetes tipo 2” recibe el Premio Elsevier Galien a la “Mejor campaña divulgativa y de prevención en salud”.

La iniciativa “Dale Voz a la Diabetes tipo 2” recibe el Premio Elsevier Galien a la “Mejor campaña divulgativa y de prevención en salud”.

- El galardón en esta categoría se otorga a la iniciativa que haya destacado por su contribución a la promoción de hábitos saludables entre los ciudadanos
- La campaña 'DALE VOZ a la Diabetes tipo 2', impulsada por Novartis y avalada por la Sociedad Española de Diabetes (SED) y la Federación de Diabéticos Españoles (FEDE), es una iniciativa que se puso en marcha hace un año con el objetivo de informar, concienciar y prevenir a la población sobre la diabetes tipo 2 para mejorar la calidad de vida de los pacientes
- El Grupo Elsevier quiere además, reconocer a través de los Premios Elsevier Galien, la excelencia y el compromiso de las instituciones públicas y privadas en beneficio de la investigación y la promoción de la salud

Madrid, diciembre de 2011.- La iniciativa “Dale Voz a la Diabetes tipo 2” recibe el Premio Elsevier Galien a la “Mejor campaña divulgativa y de prevención en salud”. Este galardón se concede a aquella institución o compañía que haya destacado por su contribución a la promoción de hábitos saludables entre los ciudadanos.

El Grupo Elsevier quiere además, reconocer a través de los Premios Elsevier Galien, la excelencia y el compromiso de las instituciones públicas y privadas en beneficio de la investigación y la promoción de la salud.



Cecilia Roldán, Responsable médica del Área Cardiovascular de Novartis

La campaña 'DALE VOZ a la Diabetes tipo 2', iniciativa impulsada por Novartis y avalada por la Sociedad Española de Diabetes (SED) y la Federación de Diabéticos Españoles (FEDE), es una exposición interactiva que tiene como objetivo informar, concienciar y prevenir a la población sobre la diabetes tipo 2 para mejorar la calidad de vida de los pacientes.

Para ello y a través de diferentes soportes audiovisuales, materiales divulgativos y las explicaciones y consejos de profesionales sanitarios durante el recorrido, los visitantes aprenden en qué consiste esta patología y cómo se puede prevenir.

Desde que comenzó en octubre de 2010, la exposición ha recorrido ocho hospitales de diferentes poblaciones españolas. De este modo, más de 50.000 personas han visitado la exposición interactiva y han aumentado sus conocimientos sobre la diabetes tipo 2, sus riesgos y consecuencias y saber cómo prevenirla.

Por su parte, el Dr. Ricard Casamor, responsable médico del Área de Diabetes de Novartis, considera que no sólo es fundamental la investigación y el desarrollo de tratamientos innovadores sino también transmitir a la sociedad el valor de la prevención y la educación. Además, añade que, "es clave participar y colaborar en iniciativas de sensibilización social como DALE VOZ a la Diabetes tipo 2 para concienciar al ciudadano del valor de tomar decisiones responsables en la gestión de su salud y también como contribución a la sostenibilidad de los sistemas sanitarios".



Esther Espinosa, External Communication Manager de Novartis; Cecilia Roldán, Responsable médica del Área Cardiovascular de Novartis; Jordi Conesa, Brand Manager de Onbrez; Montserrat Tarrés, Directora de Comunicación del Grupo Novartis en España; Corinne Surrel, Brand Manager de Ilaris

Novartis por su compromiso con la investigación, la innovación, la sostenibilidad y la gestión responsable, y por su idiosincrasia y forma de interacción, contribuye a que también se produzca un cambio evolutivo en los paradigmas tradicionales del sector farmacéutico promoviendo un estilo comunicativo participativo, comprometido y vanguardista en nuestra sociedad actual.

Acerca de Novartis

[Novartis AG](#) (NYSE: NVS) proporciona soluciones para el cuidado de la salud acordes con las necesidades de pacientes y sociedades. Enfocada exclusivamente al área de la salud, dispone de una amplia cartera de productos para responder a estas necesidades: medicinas innovadoras; cuidado de la visión; medicamentos genéricos de alta calidad y que ayudan al ahorro de costes; vacunas humanas y herramientas de diagnóstico, y productos sanitarios de consumo. [Novartis](#) es la única compañía que ha logrado una posición de liderazgo en estas áreas. En 2010 el Grupo logró una cifra de ventas de 50.600 millones de dólares USD e invirtió, aproximadamente, 9.100 millones de dólares (8.100 millones de dólares excluyendo deterioro por depreciación de activos y amortización) en actividades de I+D. Con sede central en Basilea, Suiza, las compañías del Grupo Novartis cuentan con una plantilla aproximada de 121.000 personas y están presentes en más de 140 países en todo el mundo.