Conexión Andrómaco

Año 11 - Número 31 - Noviembre de 2016

31

90

aniversario

1926 - 2016

Laboratorios Andrómaco

EDICIÓN ESPECIAL


Andrómaco
0800-333-0033 / www.andromaco.com

Editorial



Queridos lectores de Conexión:

Este número nos encuentra celebrando el 90 aniversario de la fundación de nuestra empresa. Noventa años desde que el señor Eduardo Astoul, impulsado por su sobrino catalán, Raúl Roviralta, fundador de Laboratorios Andrómaco en España, desembarcó en el Puerto de Buenos Aires con la misión de abrir una filial en Argentina.

Casi un siglo después de la elaboración del primer producto en el país, el reconocido Glefina, podemos afirmar que nuestra empresa, íntegramente formada por capitales nacionales, ha logrado posicionarse como un actor respetado en la industria farmacéutica de nuestro país y encabeza las preferencias de los argentinos en el segmento del cuidado y terapia de la piel.

Nos llena de orgullo que, debido a la eficacia terapéutica de nuestros productos, generaciones enteras de argentinos hayan incorporado a sus vidas a Dermaglós, Hipoglós, Macril, Mebutar, Acnoxín, Deralbine, Verrutopic, Bushi y Aveno. Nos honra la confianza con que ellos premian nuestro trabajo diario.

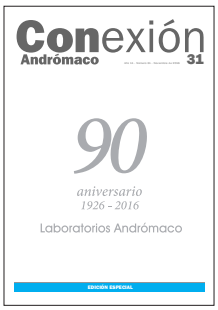
Esta trayectoria, que hoy nos toca la responsabilidad de cuidar, se ha logrado con un seguimiento profesional de las necesidades del consumidor, el desarrollo de productos a través de la mejora continua de los sistemas de aseguramiento de calidad, de una inversión constante en equipamiento, la confianza de la comunidad médica y de un grupo valioso de colaboradores capaces y dedicados.

Desde nuestra sede de San Telmo, edificio que nos cobija desde 1941, y nuestros centros de distribución, nuestro querido Laboratorio continúa en la tarea de mejorar la calidad de vida de la población, principalmente mujeres y niños, asistiendo con productos eficaces y seguros a los profesionales de la salud y al público en general.

Ese es el compromiso que renovamos en este aniversario.

Javier Rodríguez Ruiz
Gerente General de Laboratorios Andrómaco

Staff



Conexión
(Del lat. *connexio, -onis*).
I. f. Enlace, concatenación de una cosa con otra.
II. f. Acción y efecto de conectar.
III. f. Tec. Punto donde se realiza el enlace entre aparatos o sistemas.
IV. f. pl. Amistades, mancomunidad de ideas o de intereses.

Año 11, número 31, Noviembre de 2016

Edición General

Proxímitas S. A. (www.proximitas.com.ar)

Colaboran en este número

Ayelén Lombardi, Fabiola Ferro, Gustavo Pittaluga, María Inés Soldano, Mario Rapoport, Martín Sánchez Maurello, Natalia Mazzoni, Virginia Poblet, Roberto Brea.

Agradecimientos

Agradecemos a todas aquellas personas que han confiado en nuestro laboratorio en estos 90 años y nos han acompañado en su recorrido.

Conexión **Andrómaco** es una publicación de Laboratorios Andrómaco S. A. I. C. I., editada por Proxímitas S. A., diagramada por Georgina Catvin.

Para consultas o sugerencias, contáctese con nosotros al siguiente e-mail: institucionales@andromaco.com.ar

Conexión es una publicación gratuita que se distribuye exclusivamente a profesionales médicos.

Los editores no se responsabilizan por el contenido, opiniones y mensajes vertidos en los artículos.
Prohibida su reproducción total o parcial.

Laboratorios Andrómaco S. A. I. C. I.
Av. Ingeniero Huergo 1145, C1107AOL,
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Teléfono (54 11) 4021-6000
Línea abierta 0-810-666-PIEL (7435)
www.andromaco.com

PRLT3066

Sumario



6
Línea de tiempo
Nuestra historia

10
ADN Andrómaco
Una identidad que cumple 90 años



20
Por las rutas
San Telmo y Puerto Madero



26
Reflexiones
El valor de una empresa nacional



+

18 Nuestra presencia. **Celebran con nosotros.**
30 Andrómaco y la comunidad.



¡Siempre acierta!

MACRIL®

BETAMETASONA | GENTAMICINA | MICONAZOL

Rápido efecto antiinflamatorio, antipruritico y antialérgico.

Amplio espectro en infecciones cutáneas.

Servicio de Atención al Profesional:
0800 333 0033 · info@andromaco.com.ar · www.andromaco.com

Andrómaco

Nuestra Historia

1926 — Los hermanos Astoul dan curso a la apertura de Laboratorios Andrómaco en Argentina bajo el impulso de Raúl Roviralta, médico catalán.

1927 — Comienzan la elaboración de los primeros productos de Andrómaco en Argentina.



1928 — Se edita el segundo número de la revista Médicos, dirigida al cuerpo médico.

1929 — Se inaugura la filial en Uruguay.





1930 — Registro Codelasa y lanzamiento en Argentina.

Lanzamiento de Hipoglós pomada.



1936 — Registro Percotuss.

1937 — Lanzamiento de Codelasa.

Registro Clinal.

1939/3/4 — Nuestra empresa se traslada a un edificio alquilado de dos plantas en la calle Carlos Calvo 3239. "Producíamos extracto de higado, de malta, de verdura y elaborábamos Glefina, Bus Bus, IASA y Codelasa con máquinas de bronce traídas de Barcelona"



"Vamos al laboratorio flamante, pues tiene pocos días de haberlo instalado...
No puede pedirse cosa más atrayente, limpia, ordenada, buen gusto, batas blancas inmaculadas, muy bien"
Raúl Roviralta Astoul. Socio fundador de Laboratorios Andrómaco en España.

1939 — Se constituye el Club Andrómaco para fomentar el deporte y entrechar vínculos de compañerismo.



1941 — La marca Andrómaco pasa de SUA a Laboratorios Andrómaco CAUCI



1943 — Los colores del packaging de los productos pasan los de Barcelona: azul y grana.

1944/5 — L.A.S.A. azul



1946/1957 — Separación de los socios fundadores. División de territorio y de marcas. El grupo Roviralta queda con fuerte presencia en Sudamérica.







Fallece Don Raúl Roviralta Astoul a los 87 años. Se distribuyen las filiales entre sus 8 hijos. Alejandro Roviralta se queda con la filial argentina.





Se lanza Masril.

Compra del primer emisor que emula las radiaciones solares UV. Único en el país.

Se lanza la crema Dermaglós. Mentar y Talasa.



Dermaglós Solar comercializa sus ventas.

Se edita Anadrómaco en la piel.





1958 1969 1972 1974 1979 1982 1986 1991 1992 1993 1994 1997 1999

Se comienzan a usar los tonos de la bandera nacional para los productos en lugar de los de Barcelona.



Se lanza Vita Dermaglós.

Se realizan obras de ampliación en la planta.

Se lanza Fenicia.

Se lanza Salmo. Se adquieren Bushi, Prurisedán, Verrumopin y Amonesia.



Gran venta de Codelasa y de Hipoglós.





Se lanza Dermaglós Solar.





MERCOSUR

Nuestra Historia

Fisioderm

Lanzamiento Fisioderm, crema dérmica para quemaduras, úlceras, escaras y cicatrización de heridas.

Se comienza a publicar la revista Conexión Andrómaco.



Inicio de la expansión latinoamericana.

Dermaglós Solar en Brasil.

dermaglós
LINEA SOLAR

Certificación de la norma de calidad IRAM ISO 9001:2000.

Se lanza materna, club de madres, con el auspicio de Laboratorios Andrómaco.

materna

2000 2001 2003 2004 2005 2006 2007 2008

Se instala SAP.

Se lanza Andrómaco.com

Se lanza la leche de limpieza y el tónico hidratante de la línea Dermaglós.

Se registra la marca Dermaglós en Brasil.

Aveno®
AVENA NATURAL
producto cosmético

Andrómaco adquiere la línea Aveno, indicada para pieles atópicas.





dermaglós



2009

LEVOMINE®

Se lanzan: Hipoglós VL, Levomine, Dermaglós para pieles mixtas y grasas.

Fallece Don Alejandro Roviralta Rocamora, Pte de la compañía por 70 años. Lo sucede su hijo, Pablo Roviralta.



2010

Se emite el primer aviso comercial por TV abierto de Dermaglós Solar.





Se lanza Dermaglós para pieles secas.

Dermaglós Terapéutica alcanza las 3 millones de unidades vendidas en un año.

Se emite el primer aviso comercial de Hipoglós VL.



2011

Hipoglós crea su página en Facebook.



Dermaglós Solar lanza nuevos protectores: Fps 30 spray invisible, Fps 30 crema protectora para pieles mixtas a grasas, Fps 40 spray continuo y Fps 80. Dermaglós incorpora a su línea corporal crema de hidratación inmediata y a su línea facial el desmaquillante bifás de ojos.



Se amplía la familia Sinac con la presentación Sinac PB.



Predual alcanza las 100 mil unidades vendidas con su "Campaña invierno".



Dermaglós Terapéutica alcanza un nuevo hito: 461.831 unidades vendidas en un mes (09/2013).

2014

Dermaglós Facial sume gel de limpieza para pieles normales y Acnoxin la presentación en spray.



2015

C|E|D
CENTRO DE EVALUACIONES DÉRMICAS

Inauguración del Centro de Evaluaciones Dérmicas (CED).

Dermaglós Solar obtiene el primer puesto en recordación de marca de protectores solares (Kantar Gallup) y supera los tres millones de unidades vendidas.

Se lanzan Dermaglós Facial hidratación prolongada para pieles normales y contorno de ojos con EPEIS, Dermaglós Solar Fps 50 y el protector facial Fps 30 antifrunce.



2016

Dermaglós alcanza con sus tres líneas las 100.000.000 de unidades vendidas desde sus inicios.

Avenu lanza su página web y Dermaglós su primera aplicación para teléfonos móviles: Dermaglós CAM.



Aveno infantil

Avenu lanza su línea infantil.

Tratamiento Dermaglós Solar FPS 30 antes y post SS invisible en spray continuo.

Dermaglós cae 200 mil nuevos Hipoglós acerca de 150.000



Laboratorios Andrómaco

90 aniversario

1926 - 2016

ADN Andrómaco
Una identidad que cumple 90 años

Sólido en el barrio de San Telmo, se encuentra el edificio que cobija a Laboratorios Andrómaco, una empresa con 90 años de ininterrumpido trabajo en la industria farmacéutica. Logro del compromiso conjunto de accionistas y colaboradores que sostienen una trayectoria guiada por el respeto al consumidor y a la comunidad médica. Un hito para una empresa nacional no solo por el camino recorrido, sino por las generaciones que se suceden y siguen eligiendo los productos de la compañía.

Emprender, según la Real Academia Española, significa "acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad". Y eso fue lo que decidió realizar una familia con ascendencia española en Argentina hace casi un siglo.

Es interesante remontarse a 1926, cuando Eduardo Astoul, impulsado por su sobrino catalán, Raúl Roviralta, fundador de Laboratorios Andrómaco en España, desembarcó en el Puerto de Buenos Aires con productos y la misión de abrir una filial en Argentina.

Un año después, en 1927, Astoul inauguró la planta en el Barrio de Boedo. Raúl Roviralta, que viajó desde su país natal para presenciar el evento, documentó en su diario el comienzo de la actividad de la siguiente manera: "Instalamos el Laboratorio en la Calle Pasco 66. Gastamos 40.000 pesetas (entonces la peseta estaba con el dólar a 6). Hicimos la primera elaboración de Glefina el día 10 de agosto, vendiendo en el primer mes unos 1000 frascos a 3 pesos 30 centavos (el peso valía 2,5 pesetas)".

Tal era el espíritu emprendedor de los fundadores y su equipo de colaboradores, que en 1941, catorce años después de su apertura y luego de pasar por una planta en la calle Carlos Calvo al 3000, mudaron las instalaciones al representativo edificio de San Telmo en el que se encuentra aún hoy. Diseñado por un arquitecto americano para ser utilizado como imprenta, su planta tuvo el planteo ideal para instalarse y planificar ampliaciones a largo plazo. Las necesidades crecientes de espacio fueron compensadas más adelante por la adquisición de edificios linderos que hicieron posible la expansión necesaria para desarrollar el vademécum reconocido por las familias argentinas. Desde este lugar se elaboran, los productos que forman parte del ADN de la compañía.



Para denominar a la empresa, los socios fundadores se inspiraron en Grecia y Roma. Por un lado, eligieron el nombre de Andrómaco, médico cretense de principios de la era cristiana, que junto con Hipócrates y Galeno es considerado como uno de los padres del arte de curar. Por el otro, utilizaron para su isologo la imagen de un denario, moneda corriente del antiguo Imperio.

LA COMPLEJA TAREA DE ELABORAR BUENOS PRODUCTOS A LO LARGO DE TANTAS GENERACIONES

"Por elemental que parezca la comparación, una planta farmacéutica es una cocina de escala industrial: ingredientes, agua, vapor, reactores y expertos que velan para que no se produzcan desvíos", detalla un integrante de la familia fundadora.

La elaboración de un producto consta de varios procesos que necesitan ser planificados por distintas áreas de la empresa. A lo largo de los años, claramente los mismos han ido cambiando. De la mano de la modernización propia del correr del tiempo las nuevas regulaciones de calidad, las ampliaciones de la planta, la adquisición de equipamiento, nuevas formulaciones y un valioso grupo de colaboradores se fue cimentando el camino por el que transita la compañía hoy.

"Para explicar uno de los motivos que gratamente nos ubica como referentes en la industria farmacéutica, vale remontarnos a comienzos de este siglo, cuando la empresa estaba por cumplir su 75 aniversario y decidimos encarar un nuevo reto estratégico: ser líderes en terapia y cuidado de la piel," afirma Gustavo Pittaluga, Gerente de Investigación, Desarrollo e Innovación. *"Si bien la compañía ya contaba con muchos años en el mercado, el desafío contemplaba no sólo el abordaje de una renovada cartera de productos, sino también el cómo llevar adelante internamente ese cambio".*

"El camino elegido nos llevó a implementar una modalidad de trabajo que incluyen prácticas de excelencia en la gestión de procedimientos, de procesos, de proyectos y de innovación", sostiene Pittaluga.



En 1941, junto con diecinueve otras marcas, se comenzó a elaborar Hipoglós. En 1974 se incorporó a su cartera de setenta y cinco productos, la crema Dermaglós en su versión terapéutica. En 1986 se lanzó la marca Dermaglós Solar, que aún hoy sigue incorporando distintas presentaciones, al igual que la línea de belleza.



C | E | D
CENTRO DE EVALUACIONES DÉRMICAS

En 2012 se incorpora a la organización un Centro de Evaluaciones Dérmicas. Con instalaciones de primer nivel, personal altamente calificado y teconología de última generación, realiza mediciones sobre la piel para evaluar la eficacia de productos cosméticos en su etapa final de desarrollo.
Siguiendo las regulaciones del Mercosur, lleva adelante determinaciones de factor de protección solar (FPS) y resistencia al agua, bajo estricto control médico. A través de ensayos científicos, analíticos y sensoriales obtiene información valiosa para establecer altos estándares de calidad en la industria cosmética.

Para asegurar productos confiables, de calidad y respetados por la comunidad médica y los consumidores, a mediados de 2001 se puso en funcionamiento un Sistema Integral de Gestión de la Calidad que le dio forma al desafío propuesto. En sus lineamientos se encuentran:
• Promover el cuidado y el crecimiento humano y profesional de los colaboradores.
• Establecer relaciones perdurables con nuestros proveedores.
• Generar productos que permitan el desarrollo sustentable de la organización.
• Actuar responsablemente con la comunidad y el medio ambiente.
Con esta visión, en 2012 se incorpora a la organización un Centro de Evaluaciones Dérmicas que permite examinar a través de metodologías y equipamiento de avanzada la eficacia, la seguridad y la calidad de los productos elaborados.

ESCUCHAR, LEER E INVESTIGAR PARA CONOCER LA NECESIDAD DE LA COMUNIDAD

"Como en toda relación, nos gusta partir de la escucha que nos permite identificar la necesidad de la persona. Esto se logra a través de la comunicación, la lectura y la investigación. Es por eso que en el Laboratorio estamos abiertos al diálogo y preguntamos permanentemente a la comunidad médica y a los consumidores qué necesitan, cómo se sienten y con qué sueñan. Sus experiencias nos sirven de inspiración para la creación de productos específicos y pensados según la necesidad. Para lograrlo utilizamos todos los canales de comunicación y las herramientas que disponemos en esta era digital", afirma Natalia Mazzoni, Gerente de Marketing.
A los tradicionales focus groups, mediante los cuales una reducida cantidad de personas habla sobre temas determinados, en la actualidad, se suman investigaciones de mercado online, que permiten abarcar un público mucho mayor. Por supuesto, también se documentan las sugerencias de la comunidad médica, y se presta atención a lo que la gente comparte en las redes sociales y a lo que transmite a través del Centro de Atención al Consumidor en los e-mails, los llamados telefónicos y los canales interactivos. La era digital admite una comunicación abierta y ágil.

EL CUIDADOSO MANEJO DEL TIEMPO

El lanzamiento de un producto consta de dos grandes hitos que determinan el tiempo que demora una idea en tomar forma y llegar a su comercialización. El primero implica el desarrollo del mismo. *"Es necesario destacar que Laboratorios Andrómaco es una empresa de capitales nacionales que elabora sus productos íntegramente en el país. En la industria hay muchas corporaciones internacionales que traen el desarrollo de afuera, algunos incluso, importan los productos listos para la venta. Aclarando esto, partimos de la detección de la necesidad que se plasma en una formulación específica que dispara una cantidad de procesos que no solo cumplen con las regulaciones sanitarias, sino también con el alto nivel de exigencia que persigue la empresa. Este período puede durar, según la complejidad del desarrollo, de dos a cinco años"*, comparte. El segundo hito es cómo se comunica el producto. Para ello, el laboratorio confía en el trabajo de agencias de publicidad y de medios que ayudan a elaborar el mensaje de la campaña de lanzamiento. *"Un plan de comunicación tarda entre seis y nueve meses. Es una etapa que demanda inversión, planificación y el involucramiento de muchas áreas. Toda campaña de marketing tiene que destacar lo que resulta relevante del producto tanto para el médico como para el consumidor, cumplir con la promesa y presentarlo de una manera atractiva que lo distinga de lo que ya existe"*, concluye Mazzoni.

LA FUERZA DE NUESTRAS MARCAS

Nuestro compromiso con la calidad nos ha llevado a ser las primeras marcas elegidas por médicos y consumidores:

Nro. 1 dermaglós® Vitamina A Vitamina E Alantoín

Nro. 1 Hipoglós®

Nro. 1 MACRIL® BETAMETASONA | GENTAMICINA | MICONAZOL

Nro. 1 dermaglós® SOLAR

Nro. 1 VERRUTOPIC®

Nro. 1 Aveno® AVENA NATURAL

Nro. 1 BUSHI® LÍNEA PARA LA LACTANCIA

Nro. 1 Salac®

Nro. 1 Mebutar®

Nro. 1 Deralbine®

Nro. 1 Acnoxin®

Nro. 1 LEVOMINE®

Referencias: Cid Latina, MAT Jun 2016. AC Nielsen, Jun 2016.

DERMAGLÓS: PRINCIPALES LOGROS

- Marca líder en valores en el cuidado de la piel. (Estimación interna: CID + AC Nielsen, 2015).
- Ganadora del Primer Puesto a la marca de belleza personal más valorada por los argentinos. (Fuente: Ieco, 2011).
- Ganadora del Tercer Puesto a la marca más significativa de la Argentina. (Fuente: Havas Media Group, 2015).
- Marca más recomendada por los médicos para el cuidado de la piel. (Fuente: Close up, 2015).
- Ganadora del premio Marca más Confiable, por 9no año consecutivo. Premio Revista Selecciones a la marca con mayor prestigio y credibilidad en la categoría solar.



HECHOS QUE AVALAN UNA TRAYECTORIA

- 20,6 millones de unidades vendidas en Argentina.
- Sólido liderazgo de un 28 % del mercado de productos para la piel en Argentina.
- 7500 m² de planta y oficinas en BA.
- 6500 m² en un centro de distribución y depósito en BA World Class.
- Equipos especializados de última tecnología en la producción y acondicionamiento de semisólidos.
- 590 colaboradores.



DETRÁS DE UNA BUENA EMPRESA HAY SIEMPRE BUENA GENTE

Martín Sánchez Maurello, Gerente de Recursos Humanos del Laboratorio, explica que pensar en la cultura organizacional de Laboratorios Andrómaco lleva a observar algunos rasgos que lo distingue como comunidad de trabajo y que trascienden las puertas de la empresa. La calidez tan particular que se percibe en el colaborador, tanto internamente como en los ámbitos médicos es poco frecuente y muy apreciada.

"Cuando afirmamos que Andrómaco es una empresa familiar, no sólo hacemos referencia a la familia accionista, sino también al sentido de pertenencia que generan nuestros vínculos cotidianos. Vínculos edificados sobre los valores que compartimos y están basados fundamentalmente en el respeto por el otro, más allá del rol que ocupe en la organización, ya sea un colaborador, accionista, proveedor, cliente o vecino. Si bien la palabra ***respeto*** *admite múltiples interpretaciones, nosotros lo resumimos en una: considerar al otro. Un Otro con ilusiones y temores, con alegrías y pesares, con logros y fracasos en sus espaldas. En fin, personas que como tales merecen ser tratadas con la dignidad y cuidado adecuada. Y ese es el corazón de nuestra cultura".*

UNA RELACIÓN CON BUENAS BASES

"Para nosotros, es muy importante establecer una relación cercana de largo plazo con la comunidad médica y con nuestros consumidores. Para lograrlo, nos enfocamos en generar buenas bases. Una buena base está dada por la elaboración de un buen producto, de calidad, que cumple con la expectativa que se da conocer de manera clara y honesta. Para el Laboratorio es una responsabilidad brindar conocimiento y generar avales que muestren la coherencia mantenida a lo largo de tantos años de trabajo que arroja como resultado la confianza del mercado". Natalia Mazzoni.

EL COMPROMISO DE UN LABORATORIO QUE CUMPLE 90 AÑOS

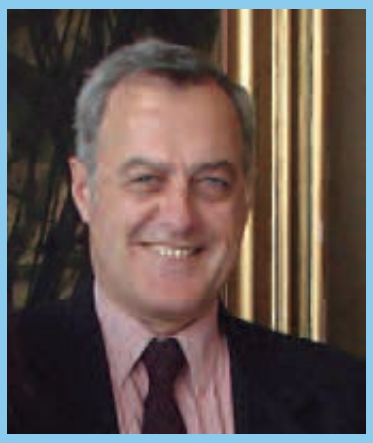
"Parte de lo que nos ha permitido llegar a este aniversario es haber cumplido con el contrato implícito que sostiene que lo que el consumidor adquiere o el médico recomienda es efectivo. Puedo afirmar que generalmente es mucho más efectivo de lo que nosotros decimos. Nos motiva la satisfacción del consumidor y la confianza de la comunidad médica. Sin ellos, nuestra empresa no sería posible," concluye Natalia Mazzoni.>>



Reunión anual con los colaboradores del Laboratorio. Año 2010.

LA LIBERTAD ESENCIAL PARA EL DESARROLLO HUMANO

"Así como toda buena semilla necesita buena tierra para ser productiva, no hay mejor terreno para el desarrollo humano y profesional que la libertad. Y es así como se complementa la configuración de nuestro cuadro ideal: ser libres para hacer, crear, desafiar y conquistar lo que buscamos para esta compañía. Donde, teñidos de buena fe, sin especular con los roles prestablecidos, ampliamos nuestro ámbito de responsabilidad al máximo posible, aunque no sea lo más cómodo ni fácil. Este es nuestro motor y lo que explica que más allá de las turbulencias a lo largo de tantos años, sigamos avanzando seguros de que siempre mañana vamos a ser mejores que hoy." Martín Sánchez Maurello, Gerente de Recursos Humanos.



ROBERTO M. BREA
Presidente

Con motivo de los 90 años

La celebración del 90° Aniversario de Laboratorios Andrómaco en Argentina, nos ubica entre las empresas con más larga trayectoria en el país, y simboliza el compromiso que hemos asumido desde nuestro inicio.

Allá por 1926, la primera generación familiar iniciaba el proyecto comercializando Glefina, el famoso tónico reconstituyente con "aceite de hígado de bacalao". Su notable éxito provocó la inmediata expansión de las operaciones, hasta alcanzar niveles industriales sin perder el reconocible sello familiar. La empresa ha mantenido también su esencia nacional a lo largo de toda su existencia. Esto es sin dudas el resultado de creer firmemente en lo que hacemos.

Durante 9 décadas hemos impulsado un crecimiento continuo, logrando incorporar y arraigar en las familias argentinas productos como Dermaglós, Hipoglós, Macril y Mebutar, entre otros. Marcas cuya sola mención proporcionan tranquilidad y confianza.

Este logro solo es posible cuando se trabaja en forma integrada, con pasión y profesionalismo. Este resultado es fruto de toda una compañía, de la comunidad médica que valora lo que hacemos y los consumidores que nos apoyan.





Celebran con nosotros

Laboratorios Andrómaco ha asumido desde su fundación un perfil de servicio a la comunidad médica que ha dado lugar a buenas relaciones a lo largo de nueve décadas. Grandes personalidades de la Salud de nuestro país nos han inspirado con su dedicación y profesionalismo.

Acompañar sostenidamente al cuerpo médico, ha sido fundamental en la construcción de nuestra compañía. Sin su reconocimiento, este aniversario no sería posible.

36º Congreso Argentino de Pediatría - Año 2013.



SOGIBA - Año 2013.



Congreso Argentino de Dermatología - Año 2016.

Agradecemos a la Sociedad de Obstetricia y Ginecología de Buenos Aires, a la Sociedad Argentina de Pediatría, a la Sociedad Argentina de Dermatología y a la Sociedad de Dermatología Pediátrica para Latinoamérica y a todas las entidades que confían en nuestra tarea por los saludos recibidos con motivo de esta celebración.

Por un niño sano
en un mundo mejor

SOCIEDAD DE
DERMATOLOGÍA
PEDIÁTRICA
PARA LATINOAMÉRICA

Para todo tipo de quemaduras, úlceras,
escaras y heridas en general.

Fisioderm®

Sulfadiazina de Plata - Vitamina A - Lidocaína

Regenera el valor de la piel



Con Lidocaína, alivia rápidamente el dolor.

Servicio de Atención al Profesional:
0800 333 0033
info@andromaco.com.ar - www.andromaco.com

Andrómaco

San Telmo y Puerto Madero

Entre la historia

Antagónicos a primera vista, pero entrelazados entre sí, el barrio más joven y el más viejo de la ciudad son lugares ineludibles de visitar tanto para los habitantes porteños como para los turistas nacionales y extranjeros que están ávidos de conocer y redescubrir a la reina del plata.



y la vanguardia





DE PUERTO A BARRIO EXCLUSIVO

Ideado por el ingeniero Eduardo Madero y construido entre 1887 y 1898, el puerto que dio nombre al barrio porteño número 47, funcionó poco más de una década como lugar para que arriben y zarpen barcos con mercancías. Efectivamente, el auge agroexportador de principios del Siglo XX hizo que el proyectado puerto quedara chico y cayera rápidamente en el olvido. Recién en 1989 se comenzó a realzar la zona mediante un concurso arquitectónico que llevó a cabo la Corporación Puerto Madero y que dio, como consecuencia, este barrio exclusivo que mira al río. Los depósitos y docks estilo inglés construidos por Eduardo Madero fueron reciclados como restaurantes, comercios y oficinas.

Así como San Telmo representa al ícono del casco histórico de Buenos Aires, Puerto Madero, al ser el barrio más joven, se convirtió en el símbolo de la ciudad renovada, de la ciudad que volvió a mirar al río con una propuesta urbanística exclusiva y moderna pero respetando la fisonomía de las viejas edificaciones portuarias.
Y aunque resulten antagónicas a primera vista, estas zonas porteñas hace ya mucho tiempo que están ligadas entre sí: antaño, a finales del siglo XIX y principios del XX, muchos de los extranjeros alojados en el Hotel de Inmigrantes se fueron a vivir a las grandes casonas de San Telmo convertidas en conventillos.

ENTRE ANTIGÜEDADES Y ARTISTAS

Por lo menos un domingo hay que ir a San Telmo entre las 10 y las 17hs. para ver la Feria de Antigüedades de la Plaza Dorrego. Hay objetos de todo tipo, desde arañas con cairelles hasta sombreros con tules, desde camafeos hasta juguetes antiguos. A su alrededor pululan bares y artistas, bailarines de tango, acróbatas, músicos que muestran su repertorio y que hacen de la calle una fiesta.

Se puede aprovechar ese día para pasear por los alrededores, aunque es bueno reservarse otro más para apreciar los sitios sin tanto bullicio y poder zambullirse en nuestro pasado. San Telmo es uno de los pocos barrios donde todavía se pueden pisar los viejos adoquines grandes, pesados y resistentes tan típicos de nuestra vieja ciudad, esos que hacían que a Gardel se le piantara un lagrimón que al rodar en su empedrado era un beso prolongado que le daba su corazón.
Por sus calles, entre otras cosas, encontrarán:
La Antigua Tasca de Cuchilleros, una casona de fines del siglo XVIII; la casa donde vivió el pintor Juan Carlos Castagnino, cuya edificación también data de la misma época. El Pasaje San Lorenzo, una cortada de dos cuadras con viejas edificaciones. Allí puede visitarse Los Patios de San Telmo, una típica casona del siglo XVIII que alberga talleres de artistas y artesanos.
Construido alrededor de 1890 como hotel de barrio, en 1979 se transformó en galería de arte y atelier de pintores y escultores. Su fachada fue modificada, pero en su interior la Galería del Viejo Hotel aún conserva su estampa italiana.
El Pasaje Defensa es una gran casa de 1880 que pertene-



SAN TELMO

Iglesia de Nuestra Señora de Belén, Parroquia de San Pedro Telmo: Humberto 1° 340.
Iglesia Ortodoxa Rusa: Av. Brasil 315.
Iglesia Dinamarquesa: Carlos Calvo 257.
Museo Penitenciario Argentino: Humberto 1° 378.
Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (MAMBA): San Juan 350.
Pasaje La Defensa: Defensa 1179.
Antigua Tasca de Cuchilleros: Carlos Calvo 319.
Galería del Viejo Hotel: Balcarce 1053.
Casa de Juan Carlos Castagnino: Balcarce 1016.
Mercado de San Telmo: Defensa 963, Bolívar 954/970/998 y Estados Unidos 460/470.

PUERTO MADERO

Museo Fragata A.R.A. Presidente Sarmiento: Alicia Moreau de Justo 900, Dique 3.
Buque Museo Corbeta Uruguay: Juana Manuela Gorriti 400, Dique 4.
Ex Gran Hotel de Inmigrantes: Av. Antártida Argentina 1335.
Museo del Humor: Av. De los Italianos 851.
Museo de Calcos y Esculturas Comparada Ernesto de la Cárcova: Tristán Achával Rodríguez 1701.
Colección de Arte de Amalia Lacroze de Fortabat: Olga Cossettini 141.
Faena Arts Center: Boulevard Azucena Villaflor 460.
Fuente Las Nereidas: Tristán Achával Rodríguez 1600.

UNA FERIA DE CORAZÓN

A lo largo de su historia, el barrio de San Telmo tuvo auges y abandonos. Comenzó siendo el lugar donde se asentaron los trabajadores portuarios, alejado del casco urbano que comprendía apenas la actual Plaza de Mayo y sus alrededores. A fines del 1700 ya había caserones de estirpe patricio.

Desde los balcones de este barrio se les tiró aceite hirviendo a los invasores ingleses en 1806, y en el Hueco del Alto (hoy Plaza Dorrego) los ciudadanos porteños juraron la independencia Argentina declarada en Tucumán en 1816.

La zona fue desarrollándose; allí bullía la vida de la ciudad hasta que la epidemia de fiebre amarilla de 1871 hizo que las familias de linaje abandonaran sus grandes casas huyendo de la peste hacia zonas despobladas. Pocos años después, ya culminado el pánico de la fiebre, esas mismas casas señoriales albergaron a un sinnúmero de familias humildes de diferentes orígenes: se convirtieron en los famosos conventillos de quienes llegaron con lo puesto para “hacer la América”.

Poco a poco, el barrio cayó en decadencia y fue dejado por décadas en el olvido. Fue el arquitecto José María Peña, fundador del Museo de la Ciudad, quien rescató su valor, su historia y su encanto. ¿Cómo hizo? En 1970 creó la Feria de Cosas Viejas y Antigüedades San Pedro Telmo en la Plaza Dorrego. Primero atrajo a los vecinos, luego a los artistas y bohemios y poco a poco, gracias a sus objetos singulares y a los entusiastas y personales puesteros, la feria y el barrio se fueron transformando en la gran atracción turística de hoy.



cía a la muy distinguida familia Ezeiza. Fue por muchos años una escuela para sordomudos, hoy es una galería comercial.

Inaugurado en 1897, el edificio del Mercado conserva su estructura interna original, formado con vigas, arcos y columnas de metal con techos de chapa y vidrio. Declarado Monumento Histórico Nacional en el año 2000, allí se puede comprar desde frutas frescas a jarrones de bisabuela.

LOS MUSEOS

El Museo Penitenciario Argentino Antonio Ballvé es uno de los edificios más antiguos de la ciudad. Declarado Monumento Histórico, fue construido en 1760 como casa de retiro de sacerdotes mayores por la congregación jesuítica. Fue utilizado como hospital, asilo de menores, depósito, cárcel de deudores y correccional de mujeres.

El de la Ciudad recopila la historia de sus habitantes, los usos, costumbres, arquitectura y vivencias porteñas.

El Museo de Arte Moderno se encuentra en una impresionante construcción inglesa típica de la era industrial del siglo XIX. Atesora obras de prestigiosos artistas argentinos y extranjeros.

LAS IGLESIAS

La Iglesia Nuestra Señora de Belén y Parroquia de San Pedro Telmo fue declarada Monumento Histórico Nacional y es una de las más viejas de la ciudad. Su construcción comenzó bajo la órbita de los jesuitas en 1735. Cuando los jesuitas fueron expulsados de estas tierras, la obra fue continuada por la orden religiosa de los betlemitas. Su museo atesora piezas de más de 200 años de antigüedad.

La Iglesia Ortodoxa Rusa de la Santísima Trinidad es estilo moscovita del siglo XVII y data de 1904. De cada una de sus cúpulas azules se eleva una cruz orientada hacia el Este, sostenida por cadenas, como se acostumbra en Rusia. Los vitrales de la fachada ilustran escenas bíblicas.

De estilo neogótico, la Iglesia Dinamarquesa fue inaugurada en 1931 y realizada con aportes de la comunidad de inmigrantes daneses y de la Organización Iglesia Danesa en el Exterior. La escalera del frente es una alegoría del sueño de Jacob.

BARRIOS INTERCONECTADOS

Antaño, muchos de los extranjeros que llegaron al Hotel de Inmigrantes para instalarse en nuestro país terminaron viviendo en un conventillo de San Telmo. Hoy es el Paseo de la Historieta el que traza esta unión entre el viejo barrio de alma inquieta y el modernísimo Puerto Madero.

Su recorrido empieza en Defensa y Chile con Mafalda, Susanita y Manolito. Por el camino se toparán con entrañables personajes bien argentinos como Isidoro Cañones, Patoruzú, Larguirucho y Súper Hijitus, Clemente, Diógenes y

SAN TELMO: NUESTRO BARRIO ELEGIDO

En 1941, Laboratorios Andrómaco mudó su planta industrial a San Telmo frente al puerto construido por Eduardo Madero durante la presidencia de Julio A. Roca.

El edificio de la Avenida Ingeniero Huergo que hoy nos alberga, fue diseñado como imprenta en 1927 por el arquitecto estadounidense Thomas Louis Newbery, el mismo que construyó junto con su socio inglés Paul Bell Chambers el suntuoso edificio de la esquina de Diagonal Norte y Florida, actual sede del Banco ICBC.

La ubicación geográfica de la planta en el barrio más antiguo, nos permite ser parte de uno de los hitos de la ciudad en donde confluyen la historia y la vanguardia.



el Linyera, Inodoro Pereyra y Mendieta y muchos más. El periplo finaliza en el imponente y precioso edificio de la ex Cervecería Munich, hoy Museo del Humor, en Puerto Madero. Allí se albergan dos siglos de humor gráfico argentino.

En el pabellón del ex Hotel de Inmigrantes funciona el Museo de la Inmigración y Arte Contemporáneo. Allí puede apreciarse la experiencia de la migración en sus diferentes etapas: desde el viaje hasta su legado. Están aquí los libros de registro de todos los inmigrantes que llegaron a nuestro país.

El Museo de Calcos y Esculturas Comparada Ernesto de la Cárcova es el más importante en su género en Sudamérica. Hay piezas que representan las manifestaciones escultóricas más destacadas realizadas desde la cultura sumeria hasta el Renacimiento. Cuenta también con reproducciones de obras de la América Prehispánica y con una colección de esculturas originales de artistas argentinos.

Hablando de esculturas, imprescindible deleitarse con la fuente de las Nereidas, obra realizada en mármol de carrara por la gran escultora argentina Lola Mora. Inaugurada en 1903, fue concebida para emplazarla en la Plaza de Mayo, pero al ser considerada indecorosa la pusieron en otro sitio y luego la trasladaron a este lugar definitivo.

En los buques Museo Corbeta Uruguay y Fragata Sarmiento se aprecian tanto los artefactos que se utilizaban para hacerse a la mar como las hazañas de rescate, observación y estudio científico que realizaron nuestros marinos en el pasado. Ambos buques son Monumentos Históricos.

Por supuesto, hay que atravesar el Puente de la Mujer, símbolo de Puerto Madero. Peatonal y giratorio, esta obra es del famoso arquitecto español Santiago Calatrava y fue donada por un particular.

Las modernísimas torres conviven en armonía con los viejos docks estilo inglés. Y sobre todo, hay un edificio imponente que alberga obras contemporáneas: la ex fábrica Molinos construida a principios de Siglo XX con enormes ventanales y el techo a 10 metros de altura es el espacio ideal para deleitarse tanto con la arquitectura del pasado como con el arte actual. Y si la idea es seguir regocijándose en el ámbito artístico, en este mismo barrio se exhibe la Colección de Amalia Lacroze de Fortabat, con más de 150 obras de artistas de renombre como Warhol, Rodin, Dalí, Soldi, Quinquela Martin y Xul Solar.

Pero sobre todo caminar por la ribera del río, observar las viejas y enormes grúas, y darse el gusto de comer en alguno de sus muchos afamados restaurantes, son lujos que vale la pena darse. >>

Fotos gentileza del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

El valor de una empresa nacional

Una industria cuyos capitales económicos y humanos se invierten y progresan en el país forma un círculo virtuoso que genera investigación, trabajo, demanda y productos de calidad.

Sin dudas, una empresa nacional es un factor clave en el desarrollo del país, ya que su crecimiento implica más inversión, lo que se traduce en más empleo, más investigación y más tecnología para el propio territorio. Esto brinda, además, posibilidades de exportar productos y conocimiento, lo que implica, a su vez, sumar prestigio tanto para la empresa como para el territorio que le brindó las posibilidades de crecer.

Antes que nada, para que una industria prospere es importante que exista un mercado interno. La Argentina tiene un fuerte potencial de recursos naturales, por lo tanto se ha insertado en el mundo como un país tradicionalmente agroexportador casi por decantación. Esto podría traducirse en una gran ventaja: ¿acaso hay algo mejor que tener un suelo rico donde la vida florece en sus más diversas variantes? *"El gran inconveniente es que la producción de materia prima es un sector que puede dar alimentos a 400 millones de personas pero no puede dar empleo a 40 millones de argentinos, de modo tal que es fundamental tener una industria propia, una industria que dé empleo y que permita, a su vez, consumir los productos propios"*, explica el Licenciado en Economía Política y Doctor en Historia Mario Rapoport, Director del Centro de Investigaciones de Historia Económica y Social (CIHES) de la UBA, y del Instituto de Estudios Históricos, Económicos y Sociales e Internacionales (IDEHESI) del CONICET.

El mercado interno es entonces el elemento esencial para lograr la primera fase de la expansión de la producción. Si hay personas con capacidad económica de consumir, más posibilidades habrá entonces de propagar e instalar demandas de productos.

En segundo lugar: ¿por qué existe la necesidad de una industria nacional? *"Acá se discute mucho el problema de la competitividad y creo que es un tema que está mal o poco desarrollado. La competitividad no sólo es ser más productivo en comparación con una productividad mayor o similar a la que tienen otros países o empresas: la productividad significa también estar más cerca de nosotros, estar arraigada en nuestros gustos, en nuestras*


normal
Hipoglós
POMADA
CUIDADO DIARIO
Predual
ermaglós
Acifusin
Nexovital
Acnoxin
Nexovital Fólico
ÁCIDO FÓLICO
Novocort
cifusin B
VERRU TOPIC
Betasalic
MACRIL
BETAMETASONA | GENTAMICINA | MICONAZOL
Aveno
AVENA NATURAL
Fisioderm
oína
Mebutar 200
Hipoglós
Clinal
Daivonex
Fitonal
Deralbine
BUSHI
LÍNEA PARA LA LACTANCIA
rosam
Mebutar
Talasa
Dermacort
Codelasa
Prurisedán
eralbine
omada
Hidrosam T
Salac
Sinac
Ferdrómaco
Sulfato Ferroso
pediátrico
dermaglós
Sinac PB

necesidades y en algo tan importante y tan poco tangible como esencial: nuestra propia identidad. Como si fuera poco, a esto hay que sumarle el irreemplazable agregado de brindar empleo a los propios habitantes. La productividad tiene muchos aspectos virtuosos que van más allá de lo numérico", dice Rapoport.

FÁBRICAS DE PROSPERIDAD

El progreso nacional se crea a base de industrias, de fábricas, de empresas que brindan empleo. La industria significa desde ya tener un saber previo, pero sobre todo se construye cuando se invierte en conocimiento e investigación. Un laboratorio tiene que captar cuáles son las necesidades de salud de la población y brindar una respuesta efectiva y de calidad. Para poder hacerlo es necesario tanto que existan de antemano saberes científicos como también fomentarlos. El mal de chagas, por ejemplo, afecta básicamente a nuestro país y por eso ha sido mayormente estudiado por científicos argentinos. *"Tenemos nuestros propios temas o inconvenientes que son típicos de aquí y eso no lo van a investigar en Estados Unidos o Europa. No tenemos necesidad de todas las cosas que ellos hacen, hay algunas que no nos sirven para nada, o en todo caso nos sirven para quitarnos empleo",* reflexiona Rapoport. Es más, afirma que son muy pocos los países que albergan lugares como el CONICET, un semillero *per se* de desarrollo e innovación. *"El único sistema de investigación científica similar al nuestro está en Francia. Ni siquiera Brasil tiene algo parecido. Es invaluable que haya investigadores que se dediquen exclusivamente a la investigación. Además, contamos también con los colegios industriales que son magníficos, no sé cómo se les habrá ocurrido liquidarlos en algún momento de nuestra historia. Estas instituciones son un capital muy rico propio de una sociedad con mucha y diferente inmigración",* dice el estudioso, que también señala que muchas, muchísimas industrias han sido fundadas por extranjeros que han venido al país con una mano adelante y otra atrás y han creado industrias nacionales que hoy en día son multinacionales.

INVERTIR PARA CRECER

A pesar de todos los vaivenes político - económicos de la Argentina, está demostrado que aquí pueden prosperar las





COMPRAR NACIONAL, INVERTIR EN FUTURO

La ley 25.551, conocida como "Compre Trabajo Argentino" establece normas para priorizar compras de la industria nacional por parte del Estado Nacional, concesionarios licenciatarios y permisionarios de servicios públicos. Dicha ley indica que, dado que se usan recursos del Estado para abastecerse de insumos, a la hora de la compra deben tener prioridad los productos nacionales que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas y cuyo precio sea comparable al de un producto importado equivalente.

La ley "Compre Trabajo Argentino" es una herramienta estratégica para fomentar la industria y el empleo en el país. De hecho existen leyes similares en países como Estados Unidos, Canadá y Japón.

CIENCIA Y TECNOLOGÍA, BASES DEL DESARROLLO

Según el documento "Escenario y perspectivas de la industria farmacéutica nacional 2016-2018" elaborado por la Cámara Industrial de Laboratorios Farmacéuticos Argentinos (CILFA), Argentina es uno de los pocos países del mundo cuyos laboratorios de capitales nacionales tienen una presencia y participación en su mercado interno superior a la de los laboratorios extranjeros. Esto, además, dentro de un contexto en el que se asegura un adecuado abastecimiento de medicamentos elaborados con normas de calidad internacional y a precios accesibles. Situación que solo se equipara con países como Japón, Estados Unidos, Alemania y Suiza. En nuestro país, los laboratorios farmacéuticos de capital nacional detentan el 66% de las unidades vendidas en el mercado y el 60 % de la facturación del sector. Las firmas de capital extranjero comercializan el 34 % de las unidades vendidas y el 40 % de las ventas en valores. Las mismas se caracterizan por ser filiales de multinacionales, en general norteamericanas, alemanas o suizas.

Además, por la propia característica de la industria farmacéutica, genera empleo de alta calidad, fomenta la investigación y el desarrollo y la defensa de la propiedad intelectual de patentes de medicamentos. De acuerdo a datos de la Unión Industrial Argentina (UIA), este es un sector industrial que cuenta con más de 38 mil puestos directos de alta calificación y 100 mil indirectos; por lo tanto debe ser considerado estratégico para los intereses nacionales.



"La productividad tiene muchos aspectos virtuosos que van más allá de lo numérico".

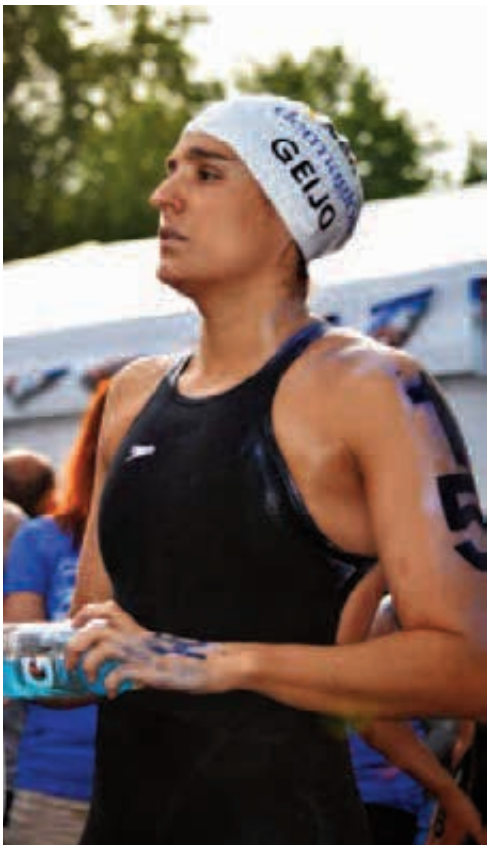
industrias, que tenemos un gran capital humano, buena educación y buena salud, bases claves para cualquier tipo de crecimiento. Pero para ello también debemos tener empresarios que estén dispuestos a invertir y correr riesgos…riesgos que no son tanto, porque acá hay mercado interno, gente que va a consumir. *"Eso es lo que deberíamos estar fomentando. Por supuesto que vamos a tener frenos de sectores que no quieren que tengamos determinada producción porque la hacen en el exterior y la quieren vender acá como un lugar de expansión, como un mercado cautivo"*, advierte Rapoport, y sugiere que deberíamos proteger nuestra industria de la misma manera que Estados Unidos protege su agricultura. *"Como Estados Unidos no puede competir con la Argentina en términos agrícolas, subvenciona a sus agricultores. Esa es su forma de protegerse"*, explica. Y subraya que no podemos ser un país exclusivamente agrario porque ningún país agrario logró ni logra ser potencia en el mundo. *"A nosotros nos vendieron que éramos el granero del mundo, que éramos la sexta potencia de la Tierra; eso es una mentira. Los países que se hicieron grandes hoy son países estrictamente industriales donde lo agrario es complementario; por lo tanto hay que pensar que es preciso invertir con la cabeza, con la ciencia y con la tecnología.* >>

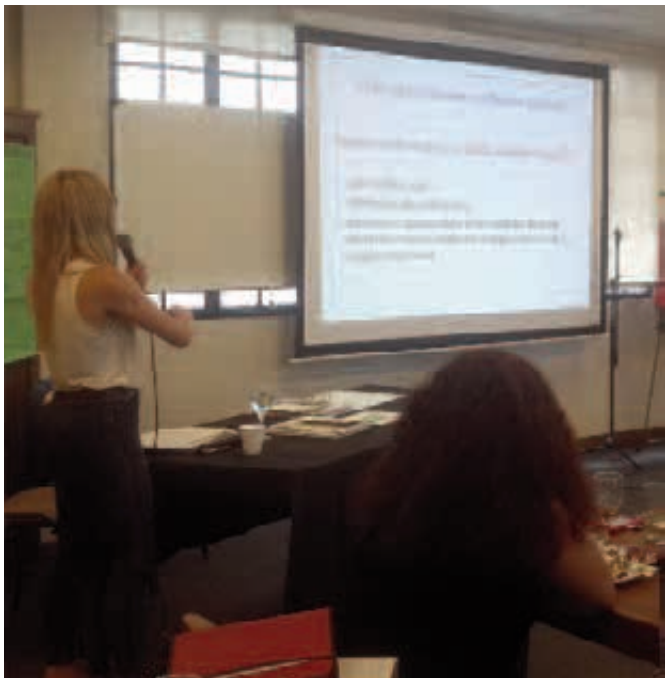
Andrómaco y la Comunidad

A LO LARGO DE LOS AÑOS, HEMOS ACOMPAÑADO A DISTINTAS ORGANIZACIONES Y PERSONAS EN LA PROMOCIÓN DE LA SALUD Y EL BIENESTAR, A TRAVÉS DE DIVERSAS INICIATIVAS.

Apoyamos las carreras de dos grandes deportistas argentinas: Virginia Galvez y Pilar Geijo. Virginia es corredora de elite, entrenadora y especialista en carreras de aventura. Hace 6 años que participa en el Cruce Columbia, una carrera que consiste en cruzar los Andes desde Argentina hacia Chile, con una performance excelente: los dos últimos años terminó primera en su categoría. Pilar es Tetracampeona Mundial de Aguas Abiertas. Lagos helados, mares tumultuosos, ríos caudalosos, a todas las aguas que se enfrenta, Pilar les pone perseverancia, esfuerzo y sobre todo un gran temple y mucha alegría.







Difundimos la iniciativa “Sol Amigo” para concientizar los cuidados de la piel en la población infantil, fundamental para prevenir los riesgos de contraer melanoma. En colaboración con la compañía química BASF, se busca transmitir a los niños los beneficios del sol como fuente de vida y concientizarlos acerca de los buenos hábitos de exposición para el cuidado de la piel en un clima ameno a través de juegos y materiales didácticos. En los últimos años nos sumamos al Programa Sembrador y a Misiones Rurales Argentinas, capacitando a los docentes en iniciativas que alcanzan a más de 40 mil estudiantes rurales.



Acompañamos el viaje sanitario de los médicos y residentes de la Universidad Austral a los Valles Calchaquíes en donde se brinda asistencia y talleres de prevención para la salud. En 2015, solo en dos días de atención se realizaron 225 consultas dermatológicas, 140 pediátricas y se efectuaron 88 ecografías. Los viajes comenzaron en 2007 y a partir de 2012 se fueron sumando distintas especialidades del área de la salud.







Adherimos a las Campañas Nacionales de Prevención del Cáncer de Piel. Todos los años, Laboratorios Andrómaco asiste a la Sociedad Argentina de Dermatología (SAD) en la organización de la campaña anual "Cuidá tu piel, es la única que tenés"; una acción que apunta a generar hábitos saludables. Para ello, la tercera semana de noviembre miles de pacientes son atendidos sin turno en hospitales y centros de salud donde se realizan chequeos gratuitos. Además, se concientiza a la población a través de los medios de comunicación sobre la importancia de protegerse del sol y realizarse chequeos periódicos de la piel. Para obtener más información sobre la campaña correspondiente a este año, ingresar a www.cancerdepiel.org.ar.



Promocionamos el arte y la cultura a través de los Conciertos de Adviento. Hace ya cuatro años que Laboratorios Andrómaco y la Iglesia San Pedro Telmo invitan a los vecinos del barrio de San Telmo y alrededores a disfrutar de obras musicales clásicas en una de las parroquias más antiguas de la Ciudad. Un concierto que se lleva a cabo en vísperas de la Navidad en un escenario singular, declarado Monumento Histórico Nacional en 1942, que fomenta el aprecio por la cultura, el cuidado y el valor de las antiguas construcciones que consolidan nuestra ciudad y nuestra identidad.

Este año, la quinta edición de este tradicional concierto será llevada a cabo el día 4 de diciembre en la Iglesia San Pedro Telmo con entrada libre y gratuita.

Para mayor información sobre la edición 2016 ingresar a www.conciertodeadviento.com.ar.



Para controlar la alergia, el primer paso es



CONTAR CON UN EXPERTO

LEVOMINE®

Levocetirizina Diclorhidrato 5 mg

EL ANTIALÉRGICO EXPERTO

ALERGIAS DE PIEL

ALERGIAS RESPIRATORIAS

dermaglós

Desde el primer momento
y para toda la vida



crema
Vitamina A 600.000 U.I.
Potes por 50 y 200 g
Pomo por 150 g

emulsión
Vitamina A 600.000 U.I.
Frascos por 100, 200 y 400 ml

Venta bajo receta

Prevención de estrías. Seguridad cutánea severa. Cicatrización de heridas y quemaduras.
Dermatitis profesionales. Irritaciones y eritemas. Escaras, escoriaciones y erosiones.
Tratamiento coadyuvante de la corticoterapia.

dermaglos.com | 0800-333-0033

Andrómaco
90 aniversario
1920 2010

VERANO

SPRAY CONTINUO

FPS 30

NUEVO

ARRIBA

DE COS-TADO

INVI-SI-BLE

A-BA-JO

FÁCIL



NUEVO PROTECTOR
SPRAY INVISIBLE DERMAGLÓS.

dermaglós