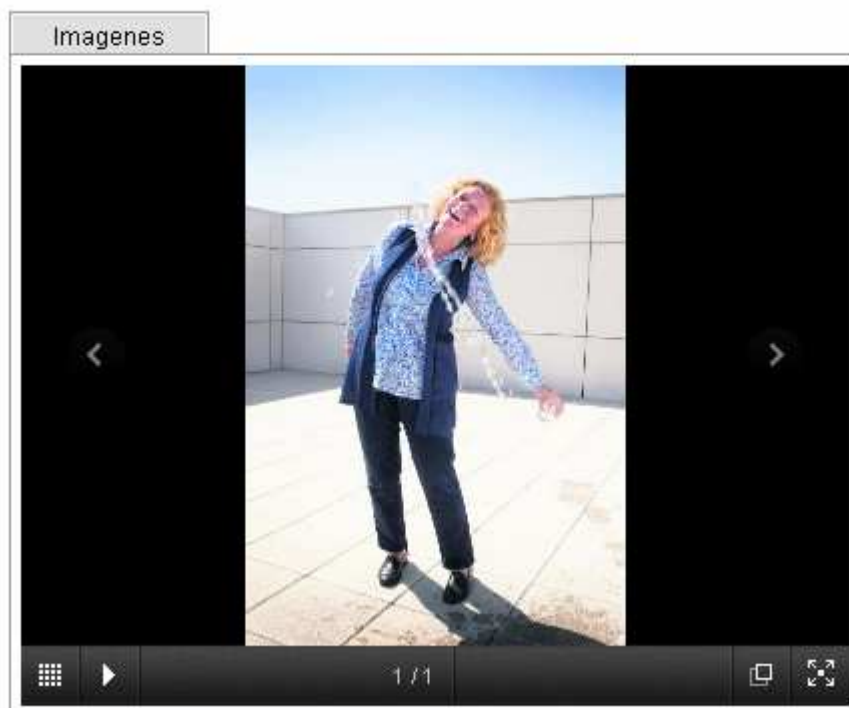


CONTRA /

"Soy muy valiente con el agua"



ARTURO DIAZ DEL CAMPO / BARCELONA

Lunes, 14 de noviembre de 2011 / 10:00

- Montserrat Tarrés, directora de comunicación de Novartis España
- "Comparto las redes sociales con la familia" "Cuando voy a un país en que no hay sofrito de tomate, lo echo de menos" "Me encanta bañarme y hay veces que el día de San Valentín me he bañado en la playa" "La comunicación debería ser igual de transparente que el agua" "Habitualmente soy un río que va rápido" "La inmensidad de la montaña te hace pensar en ti misma"

Pregunta. Social media e industria. ¿Una herramienta idónea?

Respuesta. Creo que en la industria farmacéutica no pueden llegar a serlo, pero están aquí y para quedarse. Seguro que habrá un antes y un después.

P. ¿Cuánto tiempo dedicas a las redes sociales para asuntos personales?

R. Una hora al día más o menos. Si tuviera más tiempo, le dedicaría más, porque me voy enredando y... Además, me ha permitido estar en contacto con gente a la que tengo mucho cariño y hacía mucho que no sabía de ella.

P. Supongo que en tu tiempo libre harás otras cosas, ¿no?

R. Claro, estar con la familia es una de ellas. Pero de todas formas comparto las redes sociales con la familia. Por ejemplo, con mi marido. Mientras él lee el periódico, yo leo por Internet.

P. Diferentes canales.

R. El suyo es de papel y el mío es cuadradito y de plástico.

P. ¿No utiliza las redes sociales?

R. No cree en estas cosas. Es científico y no lo entiende, ni tampoco le gusta. Me mira a veces con un poco de envidia, porque hay veces que no doy abasto.

P. ¿Roba tu tiempo?

R. No, no me quita mucho tiempo, porque no dejaría mi espacio normal para irme a encerrarme un sitio. Además, puedes mantener una conversación, porque cuando lo requiere, puedes parar. Es lo bueno que tiene.

P. Te defines como "mediterránea". ¿Sigues esa dieta?

R. Muy mediterránea. ¿Sabes en qué lo noto? Cuando voy a un país en que no hay sofrito de tomate, lo echo de menos. Son cosas de las que uno se da cuenta con el tiempo.

P. Enamorada del mar. ¿Navegas al igual que en Internet?

R. Ahí no, me mareo. Pero me encanta bañarme y hay veces que el día de San Valentín me he bañado en la playa. Soy muy valiente con el agua.

P. ¿Comparten algo el agua y la comunicación?

R. La comunicación es como el agua, está en todos sitios. La comunicación debería ser igual de transparente que el agua.

P. ¿Y tú?

R. Soy bastante transparente y me adapto. Pero puedo ser como una cascada o, si me descontrolo, como un torrente. Habitualmente soy un río que va rápido.

P. ¿Eres como un transatlántico de la comunicación?

R. No me gusta ser un transatlántico, sino un barco con el tamaño adecuado para ser cómodo, que pueda adaptarse y que tenga vela para disfrutar del silencio. También un motor para poder reaccionar cuando las cosas van mal.

P. ¿Le falta transparencia a la comunicación en la industria?

R. En algunos casos le falta práctica. No debería ser excepcional hacer comunicación.

P. Me dicen que te gusta ir en bici. ¿Cuál es la ruta que ha de seguir la industria farmacéutica?

R. Una de las rutas es la innovación, aunque las soluciones de salud están cambiando. Las compañías tienen áreas de actividad que se van complementando. El secreto es combinar varios factores, intentar ser imaginativos.

P. Y de vez en cuando un 'paseíto' por la montaña sí te das, ¿no?

R. Sí, además me encanta la nieve, su estética.

P. Pues con Novartis te puedes hartar de montañas.

R. Sí, al tener nuestra compañía en Suiza he podido disfrutarla. La inmensidad de la montaña te hace pensar en ti misma.

P. Novartis destaca por pensar en los demás. ¿Cuál es el peso de la RSC en la compañía?

R. Mucho. Viene de muy atrás, y toca muchos ámbitos. El medio ambiente, el cuidado de las personas, la filantropía... Y luego todo el tema de la gestión ética del negocio, con códigos de conducta.

En diez líneas

Montserrat Tarrés (nació un 21 de diciembre en Barcelona) inició su periplo en la comunicación en el área de trasplantes de Sandoz. A partir de ahí, esta **licenciada en Relaciones Públicas y Comunicación de las Organizaciones por la Universidad de Barcelona** no ha parado de crecer dentro de la compañía suiza Novartis. Para Tarrés "**la comunicación es una vocación**", y cree que es una herramienta con mucho potencial en la industria farmacéutica. La catalana es también Master en Responsabilidad Social Corporativa por Eserp Barcelona y aterrizó en esta disciplina gracias a la labor de Novartis.

<http://www.elglobal.net/articulo.aspx?idart=553914&idcat=835&tipo=2>