

BENEFICIOS. INTERRELACIÓN ENTRE POLÍTICAS SANITARIAS Y ACCESO PARA LOS USUARIOS

Antel y el Centro de Farmacias firman acuerdo de cooperación

La Administración de las Telecomunicaciones y el Centro de Farmacias del Uruguay (CFU) firmaron días pasados un convenio de cooperación, que permitirá el desarrollo de políticas comunes entre ambas instituciones. El CFU es una asociación civil que engloba a más de 400 farmacias comunitarias, que brinda a sus asociados servicios a través de gestiones y acuerdos con diferentes organismos, perfeccionamiento profesional a través de la capacitación y mejoramiento de las normas jurídicas que regulan la actividad farmacéutica. Entre algunos de los compromisos asumidos por Antel, la empresa ofrecerá precios bonificados en servicios de telefonía fija, datos, internet y telefonía móvil al CFU, a las farmacias asociadas y a las personas físicas empleadas de ambas. En tanto el Centro de Farmacias del Uruguay contrató de forma exclusiva los servicios de telecomunicaciones de Antel, entre otros puntos de coopera-



ción. Estuvieron presentes en el evento, el ministro de Salud Pública, Dr. Jorge Basso; el presidente de Antel, Ing. Andrés Tolosa; el presidente del Centro de Farmacias del Uruguay, Jorge Suárez; el vicepresidente de Antel, Ing. Daniel Fuentes; el vicepresidente del CFU, Alejandro Antalich, y el director de Antel, Gustavo Delgado.

Logros traducidos en beneficios

El ingeniero Andrés Tolosa

expresó que mediante la firma del acuerdo, Antel aporta servicios y tecnología de provecho para todos los uruguayos. Los logros tecnológicos muestran a la empresa en los primeros lugares a nivel mundial en banda ancha fija y móvil: "Estamos en las mejores posiciones, y debemos llevar a la práctica lo que demuestran esos indicadores", transformándolos en beneficios para la población. Asimismo, señaló que Antel sigue liderando en el segmento móvil de tele-

fonía con 53% del mercado y tiene amplia mayoría en banda ancha, reflejo del esfuerzo de todos sus trabajadores.

Mayor acceso para los usuarios

Por su parte, el ministro de Salud Pública, Dr. Jorge Basso, afirmó que el acuerdo con Antel es "una oportunidad para que el Centro de Farmacias trabaje en red con sus clientes e incorporar una interrelación entre políticas sanitarias y el acceso a los usua-

rios de las farmacias".

Trazabilidad farmacéutica

Según Alejandro Antalich, vicepresidente del CFU, la alianza entre las dos instituciones establecerá un antes y un después en la relación de la farmacia de barrio con la población. Esta acción permitirá "generar la conectividad entre nuestros establecimientos, que muchas veces no tienen el respaldo financiero para acceder a los elementos innovadores y tecnológicos que la sociedad necesita". "Poder darle conectividad a todas las farmacias nos permite estar interconectados y lograr el 100% de trazabilidad del medicamento, lo cual es muy importante para conocer el estado sanitario de la sociedad", agregó Antalich. Finalmente quedaron establecidos los mecanismos necesarios para la implementación de Bit\$ como plataforma de pago en los locales de los asociados.

ANTEL-ORT. DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES INNOVADORAS

Laboratorio para comunicadores del futuro

Antel y la Universidad ORT lanzaron el "Media Lab", espacio interdisciplinario y creativo en el que estudiantes, profesores e investigadores trabajarán en proyectos de investigación innovadores e interactivos para beneficio y aplicación de los resultados en nuestra sociedad, con especial foco en las industrias creativas.

El espacio se propone como ámbito llevar adelante investigaciones aplicadas sobre desarrollos innovadores de medios interactivos. Participarán empresas de tecnología como socios estratégicos, provenientes de las industrias creativas y de la educación.

Será, además un ámbito para desarrollar proyectos de investigación signados por el diseño innovador de las aplicaciones digitales y sus usos, en una gran variedad de campos.

Los proyectos de investigación se centran en pantallas interactivas, medios multimediales, análisis de datos, juegos, publicaciones multimedia, diseño y contenidos digitales, artes electrónicas e innovación educativa.

Los estudiantes que participen trabajarán en equipos multidisciplinarios, guiados por profesores de la Universidad ORT y expertos tales como ingenieros, diseñadores, programadores, expertos en medios sociales, medios digitales, especialistas en negocios, investigadores y redactores.

A lo largo de un semestre se



Eduardo Hipogrosso, Diego Fernández, Fabián Barros, Guillermo Varela y Alejandro Butter.

definirán los equipos multidisciplinarios que desarrollarán los proyectos, que pueden transformarse en prototipos o productos de base real.

Educación y realidad

El Media Lab facilita talleres creativos e involucra a los estudiantes en conferencias, seminarios, talleres de producción, concursos y festivales que tiene lugar en el marco de las industrias creativas.

do tecnológico que permea las rutinas productivas más allá del resultado.

El desafío de los comunicadores es comprender la realidad e interpretar los fenómenos comunicacionales para responder con creatividad y dominio de las tecnologías de la información.

Este escenario nos obliga a cuestionarnos las formas de trabajo del nuevo decenio y el rol que desempeñarán los comunicadores en 2020, y en consecuencia proponer una formación universitaria para una nueva era.

El marco teórico y el ejercicio profesional se articulan con nuevos paradigmas generacionales de trabajo colaborativo, proyectos multidisciplinarios y emprendedurismo, modelos que ofrecen oportunidades crecientes a nivel local y global para la nueva comunicación y sus protagonistas.

Conocer y manejar estos cambios transformadores es una ventaja competitiva para crear, innovar y cuestionar la realidad y saber qué hacer cuando se presentan las oportunidades de la comunicación y los nuevos modelos de negocios.

La ciencia y la tecnología se han desarrollado de manera exponencial desde la segunda mitad del siglo XX. En el nuevo milenio el entorno se ha fortalecido como resultado de la convergencia de las industrias de la informática, las telecomunicaciones y los contenidos.

Ya casi no existen medios de comunicación que no utilicen soportes digitales. Diarios, radios, televisión y agencias trabajan en un ambiente con fuerte contenido