



Visión))) Misión

-Heel



Visión

Construimos el puente entre la homeopatía y la medicina convencional.

Alcanzamos la visión del fundador de nuestra compañía con entusiasmo y pericia, convirtiendo a Heel en líder global en el campo de la homeopatía moderna y con fundamento científico como parte integral de la medicina.

Nuestros medicamentos son fáciles de aplicar y activan suavemente las fuerzas autocurativas del organismo, tal y como lo prevee la naturaleza y lo demandan profesionales de la salud y pacientes en todo el mundo.

Versión original en inglés:

We build the bridge between homeopathy and conventional medicine.

We achieve the vision of our company founder with passion and expertise, making Heel the global leader in the field of scientifically-based modern homeopathy as an integral part of medicine.

Our medications are easy to use and gently activate the body's self-healing powers - as intended by nature and requested by health care professionals and patients around the world.



Misión

Realizamos nuestra visión en el marco de nuestra misión, enfocando en la obtención de beneficios y valor añadido para nuestros clientes, nuestro accionista y nuestros empleados, en un entorno internacional.

Orientación al cliente: Nuestro propósito es satisfacer la necesidad de nuestros clientes, proporcionándoles soluciones terapéuticas eficaces, suaves y con fundamento científico, basadas en el extraordinario concepto de la homotoxicología. Por esta razón invertimos en la investigación de este sistema terapéutico y en la comprobación de la eficacia de nuestros medicamentos.

La relación con nuestros representantes y clientes se basa en la confianza mutua, la seriedad y la profesionalidad.

Valor para el accionista: Aspiramos a continuar incrementando el valor de nuestra compañía mediante un crecimiento rentable y sostenible, de acuerdo con la visión y misión de nuestro accionista.

Esto requiere que nos guiemos por pautas vigentes y avances en cada etapa de nuestra cadena de creación de valor.

Nuestros empleados: Nos regimos por los Principios de Colaboración y Gestión. Partiendo de ellos, manifestamos que el empleado comprometido constituye el factor más importante para nuestro éxito.

Versión original en inglés:

We accomplish our vision within the framework of our mission, focusing on the creation of benefits and added value for our customers, shareholder and employees in an international environment.

Customer orientation: We aim to satisfy our customers' need for effective, gentle, scientifically-based therapies by providing healthcare solutions based on the unique system of homotoxicology. That is why we invest in proof of the efficacy of our products and the underlying therapy system.

Our relationship with partners and customers is characterized by trust, reliability and professionalism.

Shareholder value: We aspire to further increase the value of our business through sustainable profitable growth in accordance with our shareholder's vision and mission.

This requires an awareness of the state of the art at every step in our value chain.

Our employees: We act according to our principles of cooperation and management style, thereby showing that we regard dedicated employees as the most important factor in our success.





Entrevista a Ralph Schmidt, CEO* de Heel

*Chief Executive Officer

"Si observamos detenidamente la comunicación de Heel en todo el mundo, vemos que 'el puente' nos acompaña desde hace décadas como un hilo conductor."

Red.: Señor Schmidt, ¿por qué necesita una compañía una visión y una misión?

Ralph Schmidt: Ya que se acerca la Copa del Mundo 2006 de fútbol voy a recurrir a un ejemplo del mundo del deporte para describir el trasfondo de una visión: La visión formula lo que une a los jugadores y lo que éstos quieren alcanzar en común. Es decir, que se trata de fútbol y no de rugby. El objetivo es llegar a ser campeones del mundo de fútbol.

La misión, que también hemos desarrollado ex novo, describe las condiciones marco para la realización de la visión. En el fútbol, equivaldría al empleo de los mejores jugadores y de estrategias adecuadas. De esta forma se presta una atención óptima a hinchas y patrocinadores. Así que también el éxito económico está en el punto de mira de nuestra visión y misión.

Red.: Bueno, para el fútbol ha quedado claro. Pero ¿cómo debemos imaginarnos el desarrollo de la visión para Heel?

Ralph Schmidt: Con ocasión de la conmemoración del centenario de Reckeweg me encontré situado entre dos carteles. El primero mostraba al Dr. Hans-Heinrich Reckeweg con la frase y el subtítulo: "Algún día construiré el puente entre la homeopatía y la medicina convencional - Una visión hecha realidad". El otro tenía como título la visión del momento "Heel en cada hogar". Por lo tanto, me encontré entre dos visiones, de forma que me pregunté porqué.

Ya llevaba algún tiempo reflexionando acerca del lema "Heel en cada hogar". Apreciaba esta visión tipo eslogan porque era concisa y expresiva y por la autoconfianza que reflejaba, y sigo apoyando esta pretensión expresada. Sin embargo, ésta sólo se podía transmitir de forma limitada al exterior. Además no tenía claro a qué queríamos "jugar" en Heel, en qué medida queríamos y

podíamos realmente ser científicos o pertenecer a la homeopatía o a la medicina convencional. Y éstas son precisamente preguntas que nos ocupan una y otra vez y que, además, nos son planteadas desde fuera.

La nueva visión no la formulé en un solo día, fue un proceso de varias semanas con varias versiones intermedias, acompañado de conversaciones e ideas estimulantes de gran valor procedentes de diferentes áreas de la compañía. Por cierto, la visión fue formulada en inglés, sólo después me puse a traducirla al alemán. De esta forma damos cuenta del hecho de que una gran parte de nuestro volumen de negocio lo logramos fuera de Alemania y que actualmente casi la mitad de los empleados y empleadas ya trabajan en el extranjero.



Red.: ¿Por qué se decidió por la analogía con el puente?

Ralph Schmidt: Si observamos detenidamente la comunicación de Heel en todo el mundo, vemos que "el puente" nos acompaña desde hace décadas como un hilo conductor. Reaparece una y otra vez y parece que nunca ha perdido parte de su actualidad y su significado. La metáfora del puente refleja de forma auténtica aquello con lo que Heel tiene éxito desde hace 70 años, pero también aquello que frecuentemente nos causa quebraderos de cabeza. Por esa razón, dentro de la visión, he colocado la frase "Construimos el puente entre la homeopatía y la medicina convencional" en primer lugar.

Red.: ¿Pero qué es lo que realmente expresa "el puente entre la homeopatía y la medicina convencional"?

Ralph Schmidt: Se trata de nuestro posicionamiento, de nuestra pretensión y del reconocimiento. Trabajamos y luchamos por la superación de contradicciones aparentes, que realmente no son tales. Los debates acerca de la relación entre la homotoxicología y la homeopatía y la así llamada medicina convencional determinan la mayor parte de nuestras actividades. No obstante, a menudo ni siquiera somos conscientes de ello. Es cierto que nuestros preparados son, en su mayor parte, medicamentos homeopáticos y sujetos a las normas correspondientes, lo que significa que pertenecemos claramente a la homeopatía. Sin embargo, con nuestra homeopatía "moderna" u homotoxicología tenemos algo especial, algo único y estamos, por lo tanto, más cerca de la medicina convencional que la llamada homeopatía clásica. Esta característica diferenciadora, este posicionamiento es expresado mediante el "puente".

Esta particularidad implica también estar expuestos. Tenemos que hacer frente constantemente a la cuestión de las características comunes y las diferencias entre estos dos extremos. Esto implica que aumenta la resistencia tanto del lado de los clásicos homeópatas de medicamentos unitarios como también de parte de los que se rigen estrictamente por la medicina convencional. Por esta razón la realización de la visión requiere una atención y una actividad constantes. Y es que la integración de la homeopatía moderna en el conjunto del edificio de la medicina es un gran reto.

Red.: ¿Existe un mercado definido para la homotoxicología?

Ralph Schmidt: De hecho, por su exclusividad, la homotoxicología y sus preparados disponen del potencial para configurar un

"De hecho, por su exclusividad, la homotoxicología y sus preparados disponen del potencial para configurar un mercado propio."



Entrevista a Ralph Schmidt, CEO de Heel

"Me entusiasma y me inspira una y otra vez ver ejemplos de con qué entusiasmo y dedicación puede ser transmitida la 'homeopatía de segunda generación'."

mercado propio. Nosotros ofrecemos una calidad terapéutica especial. Esto también incluye que la homotoxicología, con su orientación científica, puede ser comprendida y aplicada también por terapeutas sin un trasfondo médico complementario. Adicionalmente, también permite a los expertos en este campo aplicar un tratamiento terapéutico en el sentido de un planteamiento integral diferenciado. Para permitir esto, apoyamos la formación médica en homotoxicología/homeopatía en aprox. 30 universidades y centros de formación médica oficiales en todo el mundo. Y, finalmente, también el paciente está en situación de emplear bajo su propia responsabilidad, al menos en indicaciones sencillas, los correspondientes preparados básicos. Por lo tanto, el concepto y los correspondientes preparados son aplicables con éxito en cualquier nivel deseado.

Red.: ¿Cómo conjugan el entusiasmo y la pericia?

Ralph Schmidt: Los dos son necesarios para el éxito. Me entusiasma y me inspira una y otra vez ver ejemplos de con qué entusiasmo y dedicación puede ser transmitida la "homeopatía de segunda generación". Yo desearía que fuera así para todos los empleados en todo el mundo. Por esta razón aparece en la visión.

Pericia significa en Heel "nosotros somos los especialistas y marcamos el paso". Y nos referimos a la homeopatía seria, con fundamento científico, es decir, a la homeopatía moderna en la que reclamamos nuestra posición de líder global. Por lo tanto, nuestro enfoque no está sólo en la comercialización internacional exitosa de los medicamentos. Liderazgo significa también disponer de un elevado grado de competencia en el método y estar capacitados para ofrecer conocimientos especializados. Esto incluye tanto una formación médica continua como la realización

de estudios clínicos y la investigación básica o la cooperación con expertos de renombre e instituciones académicas.

Red.: Pero ¿hasta que punto es Heel realmente científica?

Ralph Schmidt: Aunque la homotoxicología, como desarrollo subsiguiente y moderno de la homeopatía, tiene una clara pretensión científica, no es una medicina convencional con reglas farmacológicas generales. Por esta razón no siempre vamos a probar el fundamento de forma imperativa con una investigación propia de la medicina convencional. Precisamente lo vamos a cimentar científicamente con un esfuerzo que sea razonable y adecuado. A esto hay que sumarle que ya disponemos de amplios conocimientos, pues el sistema terapéutico es aplicado con éxito desde hace décadas. Por lo tanto, no pretendemos "verificar" necesariamente cada uno de los resultados ya determinados empíricamente mediante un estudio con control placebo.

En la visión se dice que nosotros desarrollamos la homeopatía moderna con fundamento científico como parte integral de la medicina. Esta pretensión visionaria (piensen sólo en la frecuente información negativa sobre la homeopatía en los medios de comunicación) también define qué estudios son necesarios, ya sea de los preparados o del sistema terapéutico.

Pero ante todo, esta parte de la visión requiere el compromiso en todos los niveles, tanto en el entorno profesional como en el privado. Representando a nuestra empresa con resolución y convencimiento, generamos comprensión y reconocimiento al tiempo que cosechamos respeto en todos los ámbitos.

Red.: "Nuestros medicamentos son fáciles de aplicar y activan suavemente las fuerzas autocurativas del organismo, tal y como lo



prevee la naturaleza y lo demandan profesionales de la salud y pacientes en todo el mundo.", así cierra la visión. ¿Significa esto que estamos de moda?

Ralph Schmidt: No se puede simplificar tanto. Por un lado, también tenemos éxito en mercados en los que la medicina natural todavía no está "de moda". Por otro, nuestros preparados y la correspondiente opción terapéutica marcan una referencia en aquellos países en los que la medicina natural ya está implantada. En este sentido somos quienes marcamos las pautas en la medicina "natural" eficaz, comprobada y de fácil aplicación. No cabe duda de que las posibilidades de tratamiento más amplias y más duraderas deben buscarse en la cooperación con el organismo humano o bien animal. Y para ello podemos realizar una aportación sobresaliente con nuestros medicamentos de excelente calidad sobre la base de la homotoxicología. De esta forma proporcionamos la utilidad verdadera: los pacientes se curan.

Red.: Usted ya ha hecho referencia a la nueva "misión". ¿Podría mencionar los criterios principales?

Ralph Schmidt: Antes de nada, una observación: La visión lleva mi sello, mientras que la misión está marcada por un grupo internacional, que se ocupó intensamente de temas estratégicos, y a cuyos integrantes deseo agradecer su cooperación.

He comparado la misión con las reglas del fútbol. Hablé de hinchas, jugadores y patrocinadores. En nuestro caso, el grupo objetivo también se compone de tres partes.

Los clientes: Evidentemente, igual que los hinchas, los clientes están en primer lugar. Queremos practicar con nuestros clientes un trato marcado por la confianza mutua, la seriedad y la profesionalidad. Esto es válido

especialmente también para la cooperación con nuestros representantes en los mercados en sus respectivos países. La confianza mutua, acompañada de la seriedad sobre una base de profesionalidad son, precisamente en nuestro entorno, las condiciones para alcanzar el éxito tal y como lo vivimos en muchos países. El cliente o el representante debe poder sentirlo y experimentarlo en todas las áreas relevantes para él. Por esta razón considero muy importante buscar regularmente el diálogo personal con nuestros clientes en sus mercados.

El accionista: Pretendemos justificar en todo momento la confianza de nuestro accionista en Heel. Esto significa continuar incrementando el valor de nuestra compañía mediante un crecimiento sostenible y rentable. Y esto requiere a su vez que nos guíemos en todas las áreas por pautas vigentes y avances y encaucemos los procesos a tiempo. Un ejemplo de ello son las inversiones en mercados nacionales seleccionados o las medidas de ampliación de nuestra mayor planta de producción en Baden-Baden. Las decisiones de esta índole naturalmente no se toman por meros criterios internos sino con el propósito de potenciar el beneficio de nuestros clientes.

Nuestros empleados: Recalamos la afirmación de nuestro accionista que el empleado comprometido constituye el factor más importante para el éxito de la compañía. Compromiso significa, entre otros, un alto grado de lealtad y de identificación con la compañía, un aprendizaje continuo y, consecuentemente, la capacidad de inspirar y de motivar a los demás.

En nuestros Principios de Colaboración y Gestión se encuentran algunas ideas muy bien descritas y expresadas por nuestros empleados, en relación con esta cuestión.

"En este sentido somos quienes marcamos las pautas en la medicina 'natural' eficaz, comprobada y de fácil aplicación."





Biologische Heilmittel Heel GmbH
Dr.-Reckeweg-Str. 2-4
76532 Baden-Baden, Alemania
www.heel.com

Noviembre 2005

-Heel