

La parafarmacia permite a la botica entrar en la Red

- La aparición de una botica en la red está prohibida, excepto en la parafarmacia
- Los boticarios se interesan cada vez más por la utilización de redes sociales y blogs

REDACCIÓN
Madrid

Hace apenas tres semanas, desde Farmaindustria se aseguraba que las redes sociales "siguen siendo una quimera" para el sector farmacéutico. Una afirmación que a primera vista podría resultar descabellada, pero que viene a poner de relieve el hecho de que, en lo que a utilización de las herramientas 2.0 se refiere, ni la industria ni los boticarios han logrado hacer de Internet y las redes sociales un espacio a su medida.

Es más, se podría decir que tanto unos como otros han dilataado durante los últimos años el ponerse al día en este tipo de cuestiones, sobre todo por las dificultades legales que entraña su uso, muy penalizado por una legislación restrictiva y antigua. Sin embargo, la crisis, como en otros muchos aspectos, ha obligado al sector farmacéutico a abrir sus horizontes digitales y buscar nuevos nichos de eficiencia en su negocio, lo que se ha traducido en un aumento notable de las consultas profesionales acerca de la materia.

Pero, en este sentido, ¿qué es lo que debe tener en cuenta la farmacia para aumentar su rentabilidad utilizando Internet y sus herramientas? Según Adela Bueno, responsable del departamento Jurídico de Asefarma, lo primero que hay que tener en cuenta es que, en España, "la farmacia está bastante limitada a nivel legal y no puede publicitarse por las vías tradicionales". Según ella, "todo depende de lo que se quiera comunicar", ya que, en principio, "la oficina de farmacia como tal no puede publicitarse ni hacer venta de medicamentos online".

La legislación vigente, que depende de cada comunidad autónoma, establece por lo general la



Cada vez hay más profesionales interesados en potenciar su negocio a través de las redes sociales como método para incrementar sus beneficios.

prohibición de dispensar cualquier tipo de información más allá de la placa de licenciado, la cruz y el cartel de "farmacia". De hecho, "la aparición de la botica en Internet, por lo que respecta a la actividad propia de la oficina, se consideraría una publicidad; al igual que lo sería mandar una tarjeta de Navidad", argumentó.

No obstante, Bueno señaló la existencia de otros nichos del negocio que no están tan sujetos a la supervisión del Ministerio de Sanidad. "Hay otras vías, como la parafarmacia, en las que un farmacéutico sí puede encontrar espacio para extender su actividad y obtener mayores beneficios", añadió.

Se trata, según la responsable jurídica de Asefarma, de artículos que no están tan intervenidos legalmente y que no dejan espacio a posibles guerras comerciales, que es lo que precisamente trata

de evitar la legislación. "El propietario de una oficina de farmacia" debe entender que la ley, por el momento, no solamente prohíbe la comercialización o publicitación a través de la Red, sino que "salvaguarda el derecho del ciudadano a elegir libremente la farmacia en la que quiere comprar sus medicamentos", explicó.

Por ello, según Bueno, resulta importante "asesorarse y cuidar qué es lo que se quiere comunicar y cuál va ser el canal elegido". A este respecto, manifestó que "lo que está claro es que el profesional farmacéutico quiere ponerse al día y está muy interesado en trabajar la farmacia y hacer de ella un establecimiento rentable, por lo que necesita adaptarse a la nuevas tecnologías y hacer de su oficina, más que un establecimiento de medicamentos, un espacio de salud".

Cofares y Lafer impulsarán el I Máster en Comunicación en Salud-ComSalud 2.0

REDACCIÓN
Madrid

El Instituto de Formación Cofares y la Fundación Lafer formalizaron la semana pasada un acuerdo de colaboración para impulsar la primera edición del Máster en Comunicación en Salud: ComSalud 2.0. A este respecto, tiene como objetivo "entender el nuevo paradigma de la comunicación 2.0 en el sector Salud", considerado de una forma amplia e incluyendo a los sectores socio-sanitario, farmacéutico, alimentario y del bienestar, "y explicar la evolución que se ha producido de los medios digitales a las redes sociales".

Este curso de postgrado está organizado por la Fundación Lafer y Nebrija Business School. Sobre el mismo, Yolanda Tellaeche, presidenta del Instituto de

Formación Cofares comentó que "la comunicación 2.0 para los profesionales de la salud no es solo un reto, sino también una necesidad". Por su parte, Manuel Lamela, presidente de la Fundación Lafer, agradeció "el interés de Cofares, a través de su Instituto de Formación, por respaldar este proyecto innovador, ya que pone de manifiesto su apuesta por iniciativas encaminadas a mejorar la comunicación entre el sector farmacéutico y la sociedad".

ComSalud 2.0, que arrancará en octubre y finalizará en mayo de 2013, se impartirá en un formato *blended learning*, para hacerlo compatible con la actividad laboral. El 50 por ciento se impartirá de manera presencial, y el 50 por ciento restante a través de una plataforma de *e-learning*.

La CE se fija en un proyecto del CGCOF que mejora la adherencia al tratamiento

REDACCIÓN
Madrid

El programa "Adhiérete" del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, ha sido seleccionado por la Comisión Europea para formar parte del Partenariado para el Envejecimiento Activo y Saludable. Esta iniciativa, impulsada junto a los COF de Badajoz, Murcia y Vizcaya, así como con colaboración del laboratorio Esteve, busca mejorar la adherencia al tratamiento de los pacientes mayores de 65 años, crónicos, polimedicados y con algún grado de dependencia.

En concreto, el pilotaje se llevó a cabo en Azuaga (Badajoz) y, según los resultados obte-

nidos, el grado de cumplimiento terapéutico de los pacientes aumentó de un 41,2 a un 70,6 por ciento. Entre los aspectos innovadores de este programa cabe señalar el desarrollo de protocolos para los Servicios de Atención Farmacéutica a la población elegida, un servicio de asistencia domiciliaria, así como una evaluación personalizada de la calidad de vida del paciente.

Además, en el ámbito tecnológico, destaca el uso de la Base de datos de Medicamentos del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (Bot PLUS) que permite el registro de los historiales farmacoterapéuticos y el análisis de los datos de la revisión de la medicación, entre otras opciones.

Los boticarios de Toledo aclaran sus dudas sobre el RDL 16/2012

Toledo. El Centro de Información al Medicamento del COF de Toledo organizó, la semana pasada, cuatro seminarios para despejar las dudas de los farmacéuticos sobre la puesta en marcha del RDL 16/2012. Estos seminarios, en los que se abordó la aplicación del copago y las bajas de precio, entre otros aspectos, están teniendo una acogida mayoritaria, según informó esta institución colegial.

El COF de Tarragona expone objetos de patrimonio farmacéutico

Tarragona. El COF de Tarragona acoge, desde el 29 de junio hasta el 15 de noviembre, la exposición "Remedios Celestiales", que es fruto de la colaboración con la Fundación Concordia Farmacéutica, enti-

dad que busca salvaguardar el patrimonio farmacéutico y darlo a conocer. Por ello, la muestra cuenta con diferentes formas y presentaciones farmacéuticas, así como etiquetas, prospectos o publicidad.

PSN estrecha lazos con boticarios de Jaén, Granada y Almería

Granada. Previsión Sanitaria Nacional (PSN) reforzó, la semana pasada, su colaboración con los COF de Jaén, Granada y Almería. Con la primera de estas corporaciones renovó el convenio de colaboración, que culminará con la puesta en marcha de una oficina de PSN en las instalaciones de la corporación profesional. Por su parte, el COF de Granada, que desde hace años ya mantiene un convenio de colaboración con PSN, suscribió una póliza colectiva de accidentes, mientras que el COF de Almería renovó su convenio de colaboración.

Cecofar potencia los servicios de las farmacias con "Salud en casa"

Sevilla. La distribuidora farmacéutica Cecofar ha impulsado "Salud en Casa", un proyecto que potencia la cartera de servicios de la farmacia y, en colaboración con el COF de Sevilla, esta cooperativa celebró, del 27 al 29 de junio, la I Feria Salud en Casa. Allí, se expusieron pantallas táctiles que, una vez instaladas en la botica, ayudan al ciudadano a localizar el artículo que más se adapta a sus necesidades.

El sector se muestra molesto por el mensaje sobre el "despilfarro"

Madrid. Los boticarios, según dejaron constar en la última asamblea de presidentes del CGCOF, creen que se está haciendo un "mal uso" de los datos de reciclado de fármacos para justificar el copago.