

“Farmacia Industrial y Galénica funciona bien y facilita el empleo”

El nuevo presidente de la Sociedad Española de Farmacia Industrial y Galénica, Francisco J. Otero, defiende su continuidad por los buenos resultados obtenidos

F. R.
francisco.rosa@correofarmacologico.com

El profesor del Departamento de Farmacia y Tecnología Farmacéutica de la Universidad de Santiago de Compostela, Francisco Javier Otero, ha sido nombrado nuevo presidente de la Sociedad Española de Farmacia Industrial y Galénica (Sefig), como adelantó correofarmacologico.com. Entre sus objetivos está aumentar la visibilidad de la sociedad para captar socios y también facilitar el tránsito de los farmacéuticos al mundo laboral y, más concretamente, al de los laboratorios farmacéuticos.

A facilitar ese tránsito podría contribuir, según Otero, la continuidad de la Especialidad de Farmacia Industrial y Galénica, que actualmente se encuentra bloqueada por la falta de desarrollo legislativo. “Para nosotros esa continuidad es importante, porque creemos que es una especialidad que ha funcionado bastante bien. La mayor parte

de las personas que la cursaron terminaron trabajando en la industria. La formación es buena, porque tiene una buena carga de práctica y está bien adaptada a las necesidades de los laboratorios, que de alguna manera participaron en su diseño”, indica.

Así, su opinión es que, aunque la especialidad es “una fuente importante de acceso laboral a la industria, no es el único camino para el acceso a la empresa”. Como ejemplo, pone los casos de muchos farmacéuticos de Barcelona o Madrid, ciudades donde la industria está principalmente implantada, “que terminan sus estudios y acceden a las empresas, que les van formando”.

VISIBILIDAD Y COLABORACIÓN

Más allá de contribuir a canalizar la oferta y la demanda de empleo especializado en la industria, Otero tiene claro que la Sefig necesita reforzar su relación con sociedades homó-

logas (la italiana Adritelf, la francesa APGi y la alemana APV, principalmente), así como impulsar su comunicación. Por eso pretende “potenciar y dotar de contenidos a la página web y comenzar a tener presencia en redes sociales”. Con esto esperan mejorar la difusión de las investigaciones al abrigo de la sociedad y también aumentar el número

“La colaboración con empresas es una fuente de financiación importante para los centros públicos”

de socios (cuentan con 241 actualmente), principalmente aquéllos que vienen de la industria farmacéutica y las agencias reguladoras, que siguen siendo minoría frente a los que vienen de la academia.

Para atraer a esos perfiles profesionales pondrán en marcha actividades adaptadas a sus intereses,

ya que hasta ahora todos los talleres y las jornadas que ha promovido la Sefig han tenido también un enfoque predominantemente académico.

RELACIÓN INDUSTRIA-ACADEMIA

En definitiva, de lo que va a tratar Otero es de dinamizar de alguna manera la relación entre las empresas farmacéuticas y la universidad y los centros públicos de investigación. En su opinión, este vínculo está muy marcado en la actualidad por la falta de información de unos sobre otros. “Muchas veces la empresa no sabe qué es lo que hacen los investigadores de los centros públicos ni éstos conocen bien cómo ayudar a las empresas. De ahí la importancia de organizar desde Sefig actividades que ayuden a dar a conocer qué pueden hacer la universidad y los centros de investigación para colaborar con las empresas”, explica.

Actualmente, lo más habitual es que esa relación



Francisco Javier Otero, presidente de la Sefig.

esté determinada por las necesidades puntuales de las empresas. En este sentido, Otero pone como ejemplo al “laboratorio que se encuentra con problemas en sus desarrollos galénicos y acude a la universidad para resolver algunas cuestiones de este tipo”.

En su opinión, es importante dinamizar las vías de colaboración entre ambas partes, ya que estos acuerdos pueden resultar “una fuente de financiación muy importante” para los centros públicos. “El centro co-

bra una parte, por ceder la infraestructura, y también se financia a los investigadores que participan en el trabajo”, explica.

El único problema que percibe en este modelo de colaboración público-privado es que muchos de los resultados que se obtienen en estas investigaciones “no se van a poder publicar, porque son confidenciales”. No obstante, opina, los ingresos pueden servir “para alimentar sus infraestructuras y hacer después tu investigación propia”.

Asefarma y CF acompañan a la farmacia en su adaptación a las demandas de la sociedad

Organizan un encuentro el 26 de abril con expertos y farmacéuticos

CF. La consultora especializada Asefarma y CF organizan el 27 de abril una jornada en Madrid que, bajo el título *De la botica tradicional a la farmacia actual*, pretende servir para ofrecer a los farmacéuticos algunas claves para la reorientación de sus negocios. “La transformación de la botica tradicional en farmacia como espacio de salud está siendo rápida y, aunque de manera parcial se han venido desarrollando jornadas y seminarios sobre los diversos aspectos a los que afecta este proceso de cambio, hemos querido agrupar en una sola jornada aquellos puntos que

consideramos más relevantes para llevar a cabo con éxito ese cambio de modelo”, explica Carlos García-Mauriño, presidente de Asefarma.

La jornada contará con experiencias prácticas de algunos farmacéuticos que ya se han embarcado, con éxito, en este proceso de transformación para adaptarse a los nuevos tiempos. La idea, según los organizadores, es hablar tanto de lo que está funcionando como de lo que no.

Asimismo, algunos expertos procedentes de empresas que trabajan codo con codo con la oficina de

Se abordarán temas como la gestión, la venta ‘on line’, el ‘marketing’ y los servicios

farmacia participarán en la jornada para aportar también sus conocimientos, que serán completados por agentes de otros sectores con estrategias que pueden ser aplicables al mundo de la botica.

VENTA ‘ON LINE’

Entre los temas que se abordarán durante el encuentro, están la gestión de la oficina de farmacia y del equipo, así como la creación de la marca a nivel interno. También será protagonista la venta *on line*, un canal en auge desde que se abrió la posibilidad, en julio, de comercializar medicamentos sin receta a través de internet, además de los productos de parafarmacia, y la relación de esta nueva modalidad con la farmacia física.

Por último, habría que destacar el bloque dedica-

EXPERIENCIAS CON EL NUEVO MODELO

Extracto del programa con los bloques temáticos sobre los que girará el encuentro de Asefarma y CF el 27 de abril.

SESIONES DE LA MAÑANA

- La marca interna, el equipo y su gestión en el ámbito de la farmacia del siglo XXI.
- Comercio *on line* y oficina de farmacia.
- Del *marketing* 1.0 al *marketing* 3.0 en el entorno farmacéutico.
- El camino hacia una farmacia de servicios.



SESIONES DE LA TARDE

- Hablemos del *branding*: la marca externa, su construcción y comunicación en entornos empresariales y en la farmacia actual.
- Testimonios y conclusiones: el farmacéutico dice...

Fuente: Asefarma y CF.

do a la aplicación del *marketing*, incluyendo un enfoque adaptado al entorno digital, y la comunicación en la botica, de cara a la creación de una marca externa (*branding*), así como la implantación de servicios que ayuden a la farmacia a dar el giro asistencial que los tiempos demandan.

La jornada está pensada, explica García Mauriño, para aquellos farmacéuti-

cos que quieran tener “una visión perimetral de lo que supone el cambio de modelo que se está produciendo, y que estén interesados en el intercambio de experiencias con otros compañeros que han ido aplicando las medidas que aquí se proponen”. Precisamente, existe un último bloque de testimonios y conclusiones que servirá para fijar algunos conceptos y que los

asistentes podrán llevar a la práctica en caso de que sean aplicables a las características de sus farmacias.

Con todos estos conocimientos y experiencias, explica García-Mauriño, lo que se pretende, de la mano de CF, “un medio que desde sus inicios ha apostado por la farmacia de este país”, es ayudar a las boticas a que “dejen de ser el lugar al que acudo cuando estoy enfermo, para convertirte en el lugar que elijo para mantenerme sano y saludable”.

Por eso anima a la participación de los farmacéuticos en este encuentro, para lo cual podrán pedir información llamando al teléfono 91 448 84 22 o escribiendo a la dirección de correo electrónico admin@asefarma.com.

