

▶ **LA DESFINANCIACIÓN, A FONDO** Expertos insisten en reducir el número de laboratorios de la botica y transmitir un mensaje de confianza ante el paciente

Comunicación y selección de marcas para gestionar el paso a venta libre

B. GARCÍA SUÁREZ

beatriz.garcia@correofarmacautico.com

Plan de comunicación y selección de marcas son los dos pilares sobre los que la farmacia tendría que apoyarse para gestionar con éxito la desfinanciación de 426 medicamentos. Así lo apuntan expertos en gestión consultados por CF, quienes recomiendan, además, potenciar el consejo y vencer el miedo a recomendar y las ventas cruzadas.

A la desfinanciación le acompaña la incertidumbre de saber cuántos fármacos seguirán siendo de prescri-

pción. La intuición de los expertos es que muchos pasarán a ser publicitarios. Como explica Ignacio Falcón, farmacéutico y director general de GHC Group, "será la industria la que decida producto a producto cuáles de esa lista definitiva sigan como medicamento con cicero o cuáles pasen a ser un OTC".

Entre las ventajas: "Se puede realizar publicidad del producto, puede exponerse en el punto de venta, no es necesaria receta y, por tanto, el boticario puede dispensar sin más condi-

▶ El boticario está "plenamente capacitado" para atender los síntomas menores y liberar la AP

ciones". El principal inconveniente es que "los médicos no suelen ser muy proclives a prescribir OTC". Para Belinda Jiménez, responsable de Gestión Dinámica de Asefarma, esto ayudará a conseguir el objetivo

del Ministerio de Sanidad, que es "racionalizar el gasto y reducir presión de las consultas de primaria, especialmente las generadas por síntomas menores, para los que el farmacéutico está plenamente capacitado".

MANOS A LA OBRA

Al margen de lo que pase con el estatus, los boticarios tienen hasta el 1 de agosto para prepararse. El primer paso, indica la farmacéutica y consultora Asunción Arias, sería analizar la lista y clasificarlos "en función de la categoría, la marca y la función que cumplen". A continuación, "según los pacientes y ventas, y el resto de stock de la farmacia, elegiría de 3 a 5 marcas como máximo por especialidad". Para elegir, apunta Jiménez, hay que tener en cuenta "los laboratorios que ofrecen mejores condiciones, si dan formación, si se anuncian, etc."

El paso siguiente sería "un plan de comunicación interno y externo". El primero sería para "unificar los mensajes que se lancen al paciente, para preparar las ventas cruzadas de esos productos, los consejos que se pueden dar al paciente". El segundo, de cara al paciente para explicar la situación: "Que el Estado no puede asumir todos los costes y que la farmacia trabaja los medicamentos que mejor garantías ofrecen, transmitiendo confianza y seguridad", resume.

La desfinanciación se ve como una oportunidad para mejorar el consejo, coinciden en señalar. Pere Graells, consultor de Flint Marketing y Comunicación, cree que "las personas entran en la botica por el farmacéutico, no por el producto". "Él es el primer contacto en caso de tener un problema de salud; por eso tiene que esforzarse en mejorar el consejo", afirma.

Si se hace, resume Falcón, permitirá fomentar "el valor profesional del farmacéutico y de su consejo" y redundará "en un cierto aumento de la facturación y una mejora del margen".

GS1 pide un "acercamiento armonizado y mundial" contra la falsificación

▶ Piden a la UE que no fije por ley la tecnología de verificación

B. G. S. GS1, la organización mundial sin ánimo de lucro dedicada a la elaboración y aplicación de normas mundiales y soluciones para mejorar la eficiencia y visibilidad de las cadenas de abastecimiento, ha participado en los actos delegados de la Comisión Europea sobre la directiva contra falsificación de medicamento. El organismo, como explica Mónica Soler, directora del sector Salud de Aecoc-GS1 España, recomienda "una aproximación armonizada y alineada no únicamente para los Estados miembro de la Unión Europea sino en todo el mundo".

Como apunta, "la mayoría de los países de la UE están utilizando los estándares GS1 por los beneficios que aporta la utilización de un único estándar internacional. A nivel global, son más de 65 los países que lo han escogido para la identificación de medicamentos". De hecho, la organización

defendió que el uso de estándares facilita "asegurar la interoperabilidad y compatibilidad de los procesos y tecnologías para todos los agentes de la cadena y en todos los países miembro".

Por eso la organización es partidaria de fijar las mismas reglas de juego para todos y "determinar las especificaciones técnicas del identificador único, basadas en estándares globales GS1". Además sugiere que no se regule "la asignación y composición de números de serie" de forma que sea el laboratorio quien gestione los números de serie.

NO CONDICIONAR

Otra de las recomendaciones que ha hecho a la comisión es que "no regule acerca de la tecnología de captura informática de información (código de barras lineal, bidimensional o RFID) y dejar a la elección del laboratorio la tecnología siempre basada en estándares globales".

A pesar de ello, matiza, "en la actualidad, y debido al coste de la implementación, considera la tecnología RFID como complementaria u opcional al código de barras".

UN PLAN DE ACCIÓN

Esquema básico del plan de acción para que las farmacias adapten su gestión a la entrada en vigor de la desfinanciación de medicamentos.



1. Análisis de la lista de 426 medicamentos.

- Ordenar por categoría.
- Ordenar por marcas.
- Ordenar por función.

2. Dimensionar con el resto del stock y ver qué productos son de proveedores con los que ya trabaja.

3. Seleccionar de 3 a 5 marcas según las condiciones que ofrezcan a la farmacia, la demanda del paciente, si se anuncian en televisión, si dan asesoramiento especializado a la botica, etc.

4. Plan de comunicación.

Interno: explicar y consensuar con el equipo los mensajes que se van a transmitir sobre la desfinanciación.

Externo: tranquilizar y contemporizar la desfinanciación. Potenciar el consejo farmacéutico. Apoyarse en cartelería propia o institucional (COF).

Fuente: elaboración propia.

Se estrecha la relación botica-laboratorio

B. G. S. La desfinanciación y, sobre todo, el posible paso a venta libre de fármacos abren las puertas a más colaboración entre farmacia y laboratorio. Ignacio Falcón, director general de GHC Group, explica que "la diada de la industria pasa del médico al farmacéutico, ya que es este último profesional el que se convierte en prescriptor".

Eso repercute en que la botica "accederá a promociones más beneficiosas, lo que repercutirá en mejores márgenes, que podrán compensar en parte la notable pérdida acumulada tras los últimos RDL". Concha Girón, directora de Marke-

ting, Desarrollo de Negocio y Business Support de Takeda, coincide. "Se abre una nueva vía, ya que, aunque el médico pueda seguir prescribiendo productos desfinanciados, la farmacia cobrará más relevancia a la hora de asesorar al paciente". Por eso cree que "dentro de los marcos legales se buscarán nuevas formas de trabajo con la farmacia".

Por ahora Takeda "no prepara nuevas estrategias para poner en marcha, ya que la desfinanciación sólo afecta a un producto con un volumen de facturación bajo". Algo así pasa también en Sandoz. Para Paloma Cabral, e-Marketing & Brand

Communications Head de Sandoz, "la relación seguirá siendo igual". Se basa "en un amplio vademécum que cubre todas las necesidades de los pacientes; los medicamentos que se desfinancian son un porcentaje muy pequeño de la oferta". "Mantendrán el mismo código nacional, por lo que seguirán ofreciéndolos a los clientes de la misma manera".

Su estrategia "está basada en la calidad de los servicios". De ahí que Sandoz prevea seguir trabajando "de manera conjunta" con los farmacéuticos "para encontrar la mejor vía de colaboración".



Alcalá, con la ortopedia. 35 boticarios de toda España recibieron su diploma del XIX Curso de Experto en Ortopedia para Farmacéuticos de la Facultad de Farmacia de la Universidad de Alcalá (Madrid). El decano, Fidel Ortega, y la vocal de Ortopedia del Consejo General de COF, Carmen Mijimolle, se encargaron de repasar la contribución de la ortopedia en la cartera de servicios de la botica. También se destacó el uso del aula virtual del curso, que ha favorecido la relación entre profesor y alumno. En la imagen, el decano Ortega entrega uno de los diplomas.