

# Sefar no ve oportunidades o amenazas en la venta 'online'

- Las boticas rurales creen que sus ventas seguras no se verán afectadas
- Sin embargo, recuerdan que las grandes superficies juegan con ventaja

MARTA RIESGO  
Madrid

Aunque para el presidente de la Sociedad Española de Farmacia Rural (Sefar), Francisco Javier Guerrero, aún es pronto para poder ver las posibles consecuencias que se derivarán del Real Decreto que regulará la venta legal al público de medicamentos OTC realizada a través de Internet, es consciente de que esta nueva medida "puede abrir la puerta a un incremento en las ventas de las boticas". Sin embargo, señala que "esto no supone una solución para la farmacia rural".

Así, Guerrero destaca el hecho de que el 90 por ciento de las ventas de las boticas más aisladas son seguras y, por ello, no marca como una amenaza el hecho de que cualquier farmacia de España pueda enviar medicamentos a cualquier vivienda a través de Internet, pudiendo llegar así a clientes habituales de farmacias rurales. Pero, según dice, no afectará de forma negativa a sus ventas.

"Es cierto que el paciente no tendrá que acudir a su farmacia más cercana porque cualquier farmacia *online* podrá enviarle los medicamentos a domicilio, pero no creo que esto afecte a las ventas seguras de las farmacias rurales", afirma. En todo caso, apunta, "podrá suponer un pequeño aumento en las ventas para los boticarios rurales que decidan estar presentes en la red".



Desde Sefar recuerdan que el 90 por ciento de las ventas en las farmacias que se encuentran más aisladas son seguras y no se verán afectadas por el RD de venta de OTC por Internet.

Eso sí, señala como una desventaja el hecho de que "las grandes farmacias siempre tendrán más medios y recursos para desarrollar una página web con más servicios y que llegue mejor al cliente". Algo que no difiere de la situación actual en la que "las boticas con más recursos son las que cuentan con más posibilidades", afirma.

Además, recuerda un factor que, a su manera de ver, es muy importante: que estas grandes farmacias "siempre tendrán una capacidad de venta bastante superior y, por tanto, podrán ofrecer precios más competitivos al cliente, a diferencia de las farmacias más pequeñas y con menos recur-

sos". En este sentido y aunque el Real Decreto recogerá la prohibición de la venta cruzada, los premios o actividades que se vinculen a esta venta, Guerrero dice que esta ventaja ya está presente y, aunque no se aplique a los medicamentos OTC, sí es posible con los productos de parafarmacia, proporcionando una ventaja respecto al resto de boticas.

Por otro lado, el presidente de Sefar insistió en la dificultad que supone regular el mercado farmacéutico *online*. Así, recuerda la venta de medicamentos falsificados o la posibilidad de vender desde otro país y enviarlo a España.

## La distribución está preparada para poder repartir los OTC adquiridos a través de Internet

M.R  
Madrid

Si hay un sector que se puede ver favorecido por el Real Decreto que regulará la venta legal al público de medicamentos publicitarios a través de Internet, es el de la distribución. En este sentido, las posibilidades de negocio pueden aumentar al presentarse nuevos canales de venta para las farmacias y, por tanto, de distribución de medicamentos. Así lo confirman desde Alliance Healthcare, que ven este nuevo Real Decreto como una posible oportunidad para la distribución farmacéutica.

Desde Alliance aseguran que facilitarán un servicio de distribución directa a los clientes que adquieran productos por Internet a todas las oficinas de farmacia que lo deseen. "Como empresa innovadora que somos y a la vanguardia en servicios que faciliten el día a día para la oficina de farmacia, por supuesto que ofreceremos estos servicios", aseguran desde Alliance Healthcare.

Así, los farmacéuticos no tendrían que preocuparse por la distribución de los productos adquiridos en su página web. Sería la distribuidora la que repartiría estos pedidos a domicilio a cada cliente que lo solicitara, ahorrando tiempo y haciendo más fácil la gestión de la venta *online* para el farmacéutico.

Del mismo modo se pronunció Cofares: "Ofreceremos a nuestros socios y clientes las plataformas tecnológicas seguras y

adecuadas para que la labor informativa y de seguimiento que tiene que realizar el titular de la oficina de farmacia se realice de manera rigurosa y eficiente", aseguran. De este modo, explican que "contarán con el soporte de Cofares en lo que se refiere a gestión de contenidos, artículos, e integración de los sistemas con los programas de gestión de la oficina de farmacia" pues, dicen, "tenemos un lugar privilegiado para apoyar a las farmacias que decidan dar este servicio, ayudándoles a asegurar que esa venta por internet cumpla estrictamente los requisitos legales y sea una oportunidad para los farmacéuticos".

### Una nueva realidad

Asimismo, Alliance también ve este real decreto como una gran oportunidad para las farmacias: "Desde Alliance Healthcare creemos que puede abrir oportunidades para las farmacias, ya que la entrada en Internet les ofrece un nuevo canal de venta". Así, consideran que esta nueva comercialización *online* de medicamentos publicitarios, "les facilita adaptarse a una nueva realidad como es Internet a la que ya no podemos darle la espalda".

Además Alliance tampoco descarta ofrecer la entrada en el comercio electrónico a todas aquellas boticas que lo soliciten, poniendo a disposición de sus clientes el soporte técnico que se requiera para que la farmacia disponga de una plataforma en Internet.

## Opinión

### Una buena oportunidad para la farmacia

Con la entrada en vigor de la Ley del Medicamento 2006, se contempló la posibilidad de la venta *online* de fármacos, que ya en su art. 2.5 indicaba las condiciones mínimas para que dicha venta pueda efectuarse, supeditando esta posibilidad a su correspondiente desarrollo normativo. Siete años después parece que la tan deseada normativa verá la luz, ya que Sanidad ha elaborado un proyecto de real decreto cuya finalidad es regular su venta. El proyecto sienta las bases para el ejercicio de un comercio hasta ahora vetado a los farmacéuticos, pero su-

mamente atractivo y también rentable para ellos.

La regulación dota de seguridad jurídica y certeza a este tipo de venta, ofreciendo las máximas garantías al paciente. Algo fundamental, dada la proliferación de la venta *online* sin control ni garantías. La propia Ley del Medicamento impone un límite que deberá respetar el real decreto: garantizar, en todo caso, que los medicamentos se dispensen por oficina de farmacia autorizada, con la intervención de un farmacéutico, previo asesoramiento per-

sonalizado y con cumplimiento de la normativa aplicable a los medicamentos objeto de venta. Estos requisitos mínimos garantizan que únicamente puede ser prestador de servicios por Internet para la venta de medicamentos publicitarios, un farmacéutico con oficina de farmacia abierta al público, con sede física y que tenga un sistema para asesorar al paciente.

Se trata de una buena oportunidad, en tiempos difíciles para la farmacia, para ofrecer un servicio nuevo por parte de ésta, que supone la captación de una

potencial clientela así como una forma de darse a conocer a terceros. Por lo que respecta a la publicidad que para la farmacia va a suponer su aparición en la página web, resulta inquietante el saber cómo se va a conjugar la misma con la prohibición de publicidad de las oficinas de farmacias, recogida en la normativa sanitaria.



Adela Bueno

Adela Bueno, jurídica de Asefarma.

