

Utilizar internet de forma segura, también asunto del farmacéutico

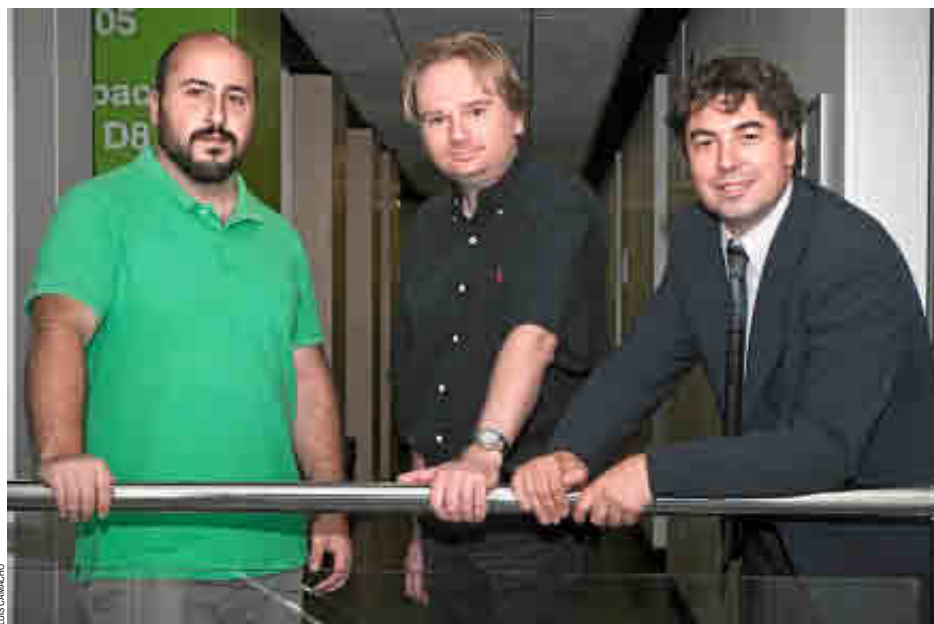
▶ Expertos dan consejos, en una jornada organizada por Asefarma, para hacer operaciones bancarias, gestionar redes sociales o el correo electrónico

FRANCISCO ROSA

francisco.rosa@correofarmacologico.com
El farmacéutico, como cualquier ciudadano, está expuesto a los problemas de seguridad asociados a internet y debería tener en cuenta precauciones en el desempeño de su trabajo. Así lo puso de manifiesto el director de la consultora tecnológica FTP, Fernando Izquierdo, protagonista de la jornada *Claves para trabajar de forma segura con Internet*, organizada por Asefarma la semana pasada en Madrid, que estuvo acompañado por uno de los ingenieros de la compañía, Andrés Arias.

Éstos pusieron el foco en algunas de las acciones más frecuentes del farmacéutico cuando está en la botica, como pueden ser las operaciones bancarias, el acceso a redes sociales, la transferencia de archivos o la gestión del correo.

Izquierdo insistió en que la propia configuración de internet, que data de hace más de 30 años, es de por sí una fuente de problemas. En primer lugar, porque "no hay ninguna seguridad en las comunicaciones, dada la descentralización existente". Asimismo, recordó la imposibilidad de "saber si estoy hablando con mi banco o con alguien que dice ser mi banco". También, porque no existe garantía de no repudio, es decir, de negar que algo no ha tenido lugar. Y, por último, porque



Rafael Marín y Andrés Arias, técnicos de FTP, junto a Fernando Izquierdo en el acto de Asefarma.

tampoco existe seguridad "sobre la total integridad de la información que se transmite".

LA IMPORTANCIA DEL ENLACE

Para contrarrestar estas amenazas, Arias llamó a los farmacéuticos a que se fijen en los enlaces (URL) cuando navegan. En este sentido, señaló los protocolos *https* como los únicos realmente seguros. "Si vamos a hacer una operación bancaria desde la farmacia o vamos a meter claves de cualquier tipo, miremos que la dirección contiene este protocolo al comienzo y, una vez terminado, metámoslo en *Favoritos*", indicó Arias.

También es importante tener presente la Ley de

Protección de Datos a la hora de transferir archivos privados. "Se puede dar el caso de que nuestra aseguradora le diga a nuestro empleado que acceda a los resultados de una prueba médica a través de un enlace *ftp*, los cuales no están cifrados. Nos podría costar una multa de entre 150.000 y 600.000 euros", advierte el técnico.

Los expertos hicieron referencia además a algunos fraudes habituales, como mensajes que llaman a cambiar la contraseña de acceso al banco y que en realidad remiten a una página *web* en la que van a quedarse datos (*phishing*), o aquéllos que piden pulsar un botón. "Aunque no nos

roben dinero, nuestros datos tienen mucho interés desde el punto de vista comercial", explicaron.

Como consejos prácticos, además de estar atentos a la URL, se llamó al farmacéutico a evitar el *Wi-fi* gratuito para acceder al banco, redes sociales o correo electrónico (el cual fue definido como un medio inseguro de comunicarse por estar controlado por terceros), ya que en esos casos no sabemos "quién controla el servidor".

Por último, se aludió a un timo habitual que consiste en la recepción de un mensaje supuestamente de Correos, en el que se pide la descarga de los datos del envío y que resulta en la reclamación de 300 euros.

EN BREVE

CVS compra más de 1.600 farmacias de Target en Estados Unidos

CVS Health habría llegado a un acuerdo definitivo para adquirir las actividades de farmacia y clínicas de los grandes almacenes Target por 1.900 millones de dólares (1.695 millones de euros), como ya adelantó *correofarmacologico.com* la semana pasada. Ésta se hará así con un total de 1.660 farmacias en 47 Estados, que serán operadas bajo la marca CVS/pharmacy dentro de los grandes almacenes. Además de eso, Target se habría comprometido a instalar estos establecimientos en los nuevos almacenes que dispongan de servicios farmacéuticos.

Las casi 80 clínicas con las que cuenta Target pasarán a denominarse MinuteClinic. Además, CVS Health abrirá 20 nuevas clínicas en tiendas Target dentro de los tres años posteriores al cierre de la operación, las cuales formarán parte del plan CVS/minuteclinic para operar 1.500 en 2017.

Asimismo, CVS Health y Target han acordado desarrollar 10 establecimientos "pequeños y flexibles" en los dos años posteriores al cierre del acuerdo que operarán bajo la marca de TargetExpress e incluirán una CVS/pharmacy.

Evolufarma y Cofarca se unen por el avance tecnológico de la farmacia

La empresa especializada en *marketing* multicanal Evolufarma y la cooperativa farmacéutica canaria Cofarca acordaron la se-

mana pasada su colaboración para impulsar el avance tecnológico de la farmacia. En él se establece la participación de los socios de la cooperativa canaria para conocer más a fondo el mundo digital y del *marketing* multicanal (ver página 35).

Aecoc-GS1 y Panex enseñan los beneficios de usar la tecnología RFID en el hospital

La asociación de fabricantes y distribuidores Aecoc-GS1 Spain y Palex (expertos en soluciones hospitalarias), en colaboración con el Consorcio Sanitario de l'Anoia, Hospital de Igualada (Barcelona), reunieron la semana pasada la ciudad condal a los profesionales del sector de gestión hospitalaria en un curso en el que se abordaron los beneficios de la utilización de la tecnología de radiofrecuencia (RFID) en el entorno hospitalario.

Como señalan responsables de Aecoc, "los diferentes proyectos de tecnologías RFID aplicados al sector han supuesto amplios beneficios, entre los que destacan una mejora en la gestión del inventario, una reducción de costes, la eliminación de pérdidas y la mejora de la seguridad del paciente". En el curso se analizaron, a través de un caso práctico, los amplios beneficios de la tecnología RFID en la mejora de la eficiencia y la trazabilidad. El Hospital de Igualada aportó la visión práctica de la aplicación de la tecnología RFID de Palex y la implantación de un armario inteligente en el bloque quirúrgico.

Asegurarse de que el paciente capta el mensaje, clave de una buena comunicación

▶ Teva organiza sesiones para mejorar el diálogo farmacia-paciente

F. R. Entre los aspectos que se deben mejorar dentro de la farmacia está la comunicación con el paciente-cliente y, dentro de ella, es fundamental, más allá de una buena escucha y una transmisión clara del men-

saje, "que el farmacéutico se asegure de que éste ha sido entendido y asimilado".

Ésa es la opinión de la farmacéutica madrileña Marián García, que participó en la primera sesión del ciclo *Movimiento Comunicas*, de Teva, celebrada la semana pasada en Madrid. La autora del libro *El paciente impaciente y otras anécdotas de la Boticaria García*, contó alguna anécdota como la de la persona

que tomó 24 comprimidos en un día por confundir el significado del término oral. "La idea de mi intervención era llamar a la reflexión desde la desdramatización", explicó.

También participó la psicóloga y consejera delegada del Grupo Luria, Nieves Jerez, quien centró su intervención, más allá de las técnicas, en la necesidad que tiene el farmacéutico de conocerse a sí mismo.

"¿Por qué si ya todos conocemos las técnicas no somos capaces de aplicarlas? La clave está en la complejidad que caracteriza al ser humano. Tenemos que conocer nuestra forma de ser, identificar nuestros puntos débiles en la relación con el cliente, saber qué nos impide ser amables y efectivos, y utilizar ese conocimiento para mejorar y utilizar nuestras capacidades en nuestro provecho", apuntó. Para ello, señaló, "es muy importante que exista afán de superación y capacidad para manejar la frustración".



La psicóloga Nieves Jerez, en un momento de su intervención.