

# Las boticas deben adaptar su 'vestuario' al verano

- Los expertos creen que no hay que pecar de "falta de dinamismo" en esta época
- Son meses propicios para los escaparates originales y la organización de talleres



Aunque la botica se ubique en una zona que reduce sobremanera su cifra de población en verano, ello no debe provocar que su titular caiga en la apatía en estos meses veraniegos y apueste por poner en marcha campañas informativas, decorar de forma original su escaparate...

REDACCIÓN  
Madrid

Por la menor afluencia de pacientes (excepto si la botica está ubicada en zona turística), la menor dispensación de recetas así como la también menor presencia de personal por el disfrute de vacaciones, el periodo estival podría invitar a la relajación en las oficinas de farmacia nacionales. Sin embargo, craso error cometería aquel titular que opte por la apatía en estos meses. Y es que, como recuerdan desde la asesoría Asefarma, "el verano puede ser una época altamente propicia para poner en marcha actuaciones encaminadas a dinamizar el establecimiento que, por un lado, permitan destacarla frente a otras boticas de alrededor y, por otro, ofrezcan valor añadido a los clientes".

En este sentido, como ocurre con otro tipo de establecimientos, las oficinas de farmacia también tienen que apostar por realizar un lavado de cara en verano. O, dicho de otra manera, renovar su 'vestuario'. "No se deben dejar de lado en estos meses aspectos tan importantes como el cuidado del escaparate o la decoración interior del establecimiento", alertan desde esta asesoría. Un 'vestuario' que, como no puede ser de otra

manera, debe ser acorde con estos meses veraniegos y, por tanto, en escaparates y estanterías deben tener especial protagonismo los productos para la protección solar, cuidado de la piel, repelentes de insectos, etc.

### Originalidad

Belinda Jiménez, responsable del departamento de Gestión Dinámica de Asefarma, incide en la importancia de poner en marcha campañas informativas "sobre protección solar, piel hidratada, infecciones veraniegas, cuidado de los ojos..." que giren en torno a estos productos expuestos. Pero, sobre todo, "que sean originales", concreta. Asimismo, Jiménez considera que "es muy positivo que estas campañas se acompañen de otros accesorios de *visual merchandising*, se entreguen folletos y dípticos con recomendaciones básicas para el verano e incluso se pueda contar con la colaboración de promotores que puedan interactuar con el cliente".

También sugieren que cada farmacia pueda ofertar sus propias promociones bajo atractivas denominaciones como "Todo para su viaje", en las que "paquetizar" productos específicos para viajar que consigan, por un lado, mejorar la satisfacción del paciente al

cubrir sus necesidades y, por otro lado, mejorar las ventas de la oficina de farmacia en ese sentido", añade Alejandro Almarza, de la consultora especializada en ventas Salesfarma.

### Actividades educativas

Tanto si se ha realizado algún viaje como para huir de la monotonía que supone quedarse en la ciudad de origen durante el periodo estival, es habitual que en esta época del año se multiplique la demanda de actividades por parte de la población.

En este sentido, aunque parezca extraño, las farmacias también tienen mucho que aportar en la respuesta a esa demanda. Desde Asefarma se destaca que el verano es también una época propicia para organizar talleres y charlas informativas a los pacientes en el interior de la botica. "Los beneficios de poner en marcha estas actividades son muy numerosos ya que permitirán incrementar el flujo de visitas, aumentar el prestigio del establecimiento y fidelizar clientes", enumera Jiménez.

La ubicación de la farmacia será aspecto determinante para decantarse por unas u otras actuaciones, pero, de cara al exterior, todas deben dar sensación de estar "abiertas por vacaciones".

# Sanidad fija enero de 2015 como nueva fecha para que la e-receta sea interoperable

REDACCIÓN  
Madrid

El Real Decreto-ley 9/2011 indica que la receta electrónica debía estar "implantada y ser interoperable en todo el SNS antes del 1 de enero de 2013". Según se acercaba esa fecha, y como consecuencia de la lentitud que experimentaban algunas comunidades autónomas en la puesta en marcha de sus modelos de e-receta, ya se comprobó que ni el primero de esos objetivos, ni mucho menos el segundo, iba a ser posible.

Ahora, el Ministerio de Sanidad se ha fijado un nuevo plazo, de tintes más realistas, para lograr la interoperabilidad de los 17 modelos autonómicos de receta electrónica. La fecha escogida es el 1 de enero de 2015, dos años después de esas previsiones iniciales que quedaron en nada. Para la fijación de esta nueva fecha, Sanidad ha elaborado previamente un estudio sobre el nivel de implantación de este sistema de prescripciones y dispensaciones electrónicas que ha revelado que la e-receta avanza sin prisa pero sin pausa en España. Incluso, ya se puede hablar de un "acceptable" grado de implantación en el balance nacional.

Por ejemplo, son ocho comunidades autónomas las que tienen totalmente implantada la receta electrónica a nivel de Atención Primaria (centros de salud y farmacias): Andalucía,

Extremadura, Galicia, Cataluña, Baleares, Canarias, Cantabria y Navarra. Cuatro de ellas (Andalucía, Baleares, Extremadura y Galicia) pueden incluso presumir de que sus e-recetas también son una realidad en el ámbito de la Atención Especializada.

A este grupo se unirán próximamente regiones como Comunidad Valenciana y Castilla-La Mancha, al estar inmersas en sus últimas fases de implantación. En el lado opuesto, la receta electrónica tardará todavía más en convertirse en realidad en Asturias y Madrid (en sus fases iniciales), así como en Castilla y León y La Rioja, donde ni tan siquiera hay rastro alguno de este tipo de dispensaciones.

### Piloto interoperabilidad

Sin esperar a que la e-receta sea una realidad en toda España, Sanidad tiene previsto comenzar a finales de julio un pilotaje de conectividad de los modelos autonómicos. En este sentido, las consejerías de Sanidad de Extremadura, Canarias y Baleares han ofrecido sus respectivas redes de farmacias para la realización de estas pruebas.

Así lo confirma a EG Cecilio Venegas, presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Badajoz, que indica que "la receta electrónica funciona muy bien en las farmacias extremeñas, por lo que podemos ser de gran utilidad en la búsqueda de soluciones al problema de la interoperabilidad".

# La PSN aumentó su ahorro en seguros un 12,7%

REDACCIÓN  
Madrid

El ahorro gestionado en seguros, de Previsión Sanitaria Nacional (PSN) alcanzó los 791 millones de euros en el primer semestre de 2013, un 12,66 por ciento más que hace doce meses. Este dato presentado por la compañía que preside Miguel Carrero prácticamente multiplica por cuatro el incremento registrado en el subsector de Vida, que en el mismo periodo

creció un 3,17 por ciento, según datos de ICEA.

La facturación también creció, un 45 por ciento, hasta 111 millones de euros, muy por encima del 0,68 por ciento de incremento sectorial. Por su parte, la cartera de primas periódicas registró un incremento anual del 6,75 por ciento, situándose en 99 millones de euros. Igualmente destaca la evolución del número de pólizas que aumentó un 5,6 por ciento, superando las 175.000 pólizas individuales.

