

BOLETÍN ESPECIAL ASEFARMA

Venta online en la farmacia

Tras más de un año y medio de espera, por fin el pasado 1 de julio la AEMPS comunicó que ya estaba operativa Distafarma, la aplicación que permite a las farmacias solicitar la acreditación para vender online medicamentos no sujetos a prescripción médica.

Este tipo de venta (regulada a través del RD 870/2013 de 8 de noviembre de 2013) abre un amplio abanico de posibilidades para la farmacia, pero también encierra especificidades a nivel jurídico que el farmacéutico no puede ni debe obviar.



ASEFARMA
Gestión Dinámica de Farmacias



●●● **Internet ha pasado de ser una red de comunicación que usaban unos pocos a constituir una de herramienta fundamental para informarse, documentarse, gestionar trámites o incluso comprar.**●●●

Sin embargo, en este sentido, y siendo objetivos, el comercio electrónico aún no cuenta con un uso mayoritario por parte de los internautas: según varios estudios e informes sólo 1 de cada 3 usuarios de Internet emplea el eCommerce como servicio para realizar sus compras.

Pese a que el porcentaje no es excesivamente elevado, no deja de sorprender que año tras año el crecimiento sea continuo o que dispositivos como el teléfono móvil faciliten esta expansión (se estima que los móviles representan más del 50% del tráfico del eCommerce y serán quienes impulsen el comercio electrónico en 2015 e incluso lo hagan también a lo largo de 2016).



Pero, ¿qué ofrece realmente el universo online?

Como usuarios, un día cualquiera, podemos reservar por Internet un vuelo, contratar un viaje a través de una agencia.com, podemos adquirir discos, libros o entradas para un concierto, presentar la declaración de la renta, podemos hacer consultas o pedir una cita sanitaria de forma telemática, jugar o apostar a través de un casino online... Acciones, todas ellas, que de no existir Internet, podrían hacerse también de forma física.

Y es éste universo físico el único que hasta ahora ha existido para la venta de medicamentos. La farmacia ha sido el lugar de compra. Internet, hasta el momento, sólo se ha estado empleando para consultas sobre dosis, efectos secundarios o posología de algún medicamento determinado.

ASEFARMA
Gestión Dinámica de Farmacias

Como ya hemos informado en varias ocasiones desde Asefarma, con el RD 870/2013, de 8 de noviembre de 2013, se abre la posibilidad de la venta online de medicamentos no sujetos a prescripción médica y, con ella, aparece la oportunidad de que las oficinas de farmacia comiencen a emplear un nuevo canal de venta.

Según la documentación que acompañaba a la normativa en el momento en que se dio a conocer, sólo el 25% de las farmacias se daría de alta en los registros que las autoridades sanitarias de cada CC.AA. pondrían en funcionamiento una vez aprobado este nuevo canal de venta. Si bien es cierto, tal y como se contemplaba en el Informe sobre el sector de las farmacias que realizó Asefarma junto a la Asociación Madrileña de Asesores de Farmacia, hasta 2014 (un año después de que se diera a conocer la apertura del canal online para las farmacias), un alto porcentaje de las farmacias –cercano al 80%– no se habían planteado hasta el momento contar con una página web.

Para dar el paso..., ¿Qué hay que tener en cuenta?

Aquellas farmacias que no formen parte de ese 80% y sí se hayan planteado abrir una web e iniciarse en la venta online, deberán tener en cuenta que los pasos a seguir habrán de ser los siguientes. Ahí van las recomendaciones de Asefarma:

Jurídico

** IDENTIFICACIÓN Y NOTIFICACIÓN DE COMIENZO DE ACTIVIDAD:

- Con el objeto de permitir a los ciudadanos identificar más fácilmente los sitios web que venden legalmente medicamentos sin prescripción y distinguirlos de los que venden ilegalmente, será obligatorio el uso del logo común que deberán llevar todas las farmacias autorizadas en la UE.

- La farmacia deberá notificar el comienzo de la actividad a las autoridades de la CC.AA. donde estén ubicadas, con al menos 15 días de antelación del comienzo de la actividad de venta online. Para ello, se ha habilitado **Distafarma**, una aplicación que permite al farmacéutico gestionar su solicitud de acreditación.

** TRANSPORTE Y ENTREGA DEL MEDICAMENTO:

- Tanto el transporte como la entrega serán responsabilidad de la farmacia y se hará siempre de manera segura.

- En caso de que el transporte del medicamento tras hacer los pedidos, sea realizado por un tercero, deberá existir un contrato que establezca las responsabilidades y las condiciones del servicio.

- No se aceptarán devoluciones salvo suministro por error, falta de correspondencia con el pedido o daño en el transporte, o si el plazo de entrega supera el 50% del tiempo establecido en la compra.

** VENTA, CONSEJO FARMACÉUTICO Y DATOS DEL COMPRADOR:

- La venta siempre será realizada con la intervención de un farmacéutico desde su oficina de farmacia abierta al público, quien informará, aconsejará e instruirá sobre la correcta utilización del medicamento que dispensa por esta vía y el cumplimiento de la normativa aplicable a los medicamentos que vende.

- Por parte del cliente, el pedido se hace directamente a la farmacia y se le solicitará nombre, apellidos, teléfono, correo y dirección postal.

- Se habilitará un cuestionario para asegurar el buen uso del medicamento por parte del cliente.

- La entrega del medicamento al paciente irá acompañada de la información necesaria para que éste pueda utilizar el servicio de seguimiento fármaco-terapéutico que le ofrece el farmacéutico.

- Los registros de los pedidos se deben conservar durante un plazo de 2 años, a efectos de superar con éxito cualquier inspección y control por parte de las autoridades.

** VENTAS CRUZADAS, REGALOS, PREMIOS:

- No se puede hacer promoción de medicamentos a través de los medios telemáticos.

Jurídico

**** ASPECTOS TÉCNICOS DE LA WEB:**

- El nombre de dominio tendrá que haber sido registrado por el titular o titulares de la oficina de farmacia, siendo el titular el responsable de la web.
- La página deberá cumplir todos los requisitos que marca la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y albergar los datos de contacto de la autoridad competente.
- Deberá enlazar a los sitios web de cada CC.AA. y la AEMPS y tener claramente visible el logotipo común.
- Entre los datos que deberán estar visibles: los de autorización administrativa, código oficial, NIF, identificación del titular de la web, colegio profesional y nº de colegiado.
- Otros datos que se deberán dar a conocer serán: la dirección física de la farmacia, correo electrónico, información sobre los periodos de cierre de la farmacia, precios de los medicamentos, coste del servicio y códigos de conducta a los que en su caso esté adherido.



“Tal y como marca la ley, recomendamos que la venta online, siempre se realice con la intervención de un farmacéutico, desde su oficina de farmacia, quien además aconsejará e instruirá sobre la correcta utilización del medicamento”

Comunicación

**** Conviene realizar un pequeño análisis de lo que están haciendo en Internet otras farmacias**, sin olvidar que también es importante detectar cuáles han sido los logros de otras empresas de sectores distintos que podrían aportarnos también algunas ideas interesantes.

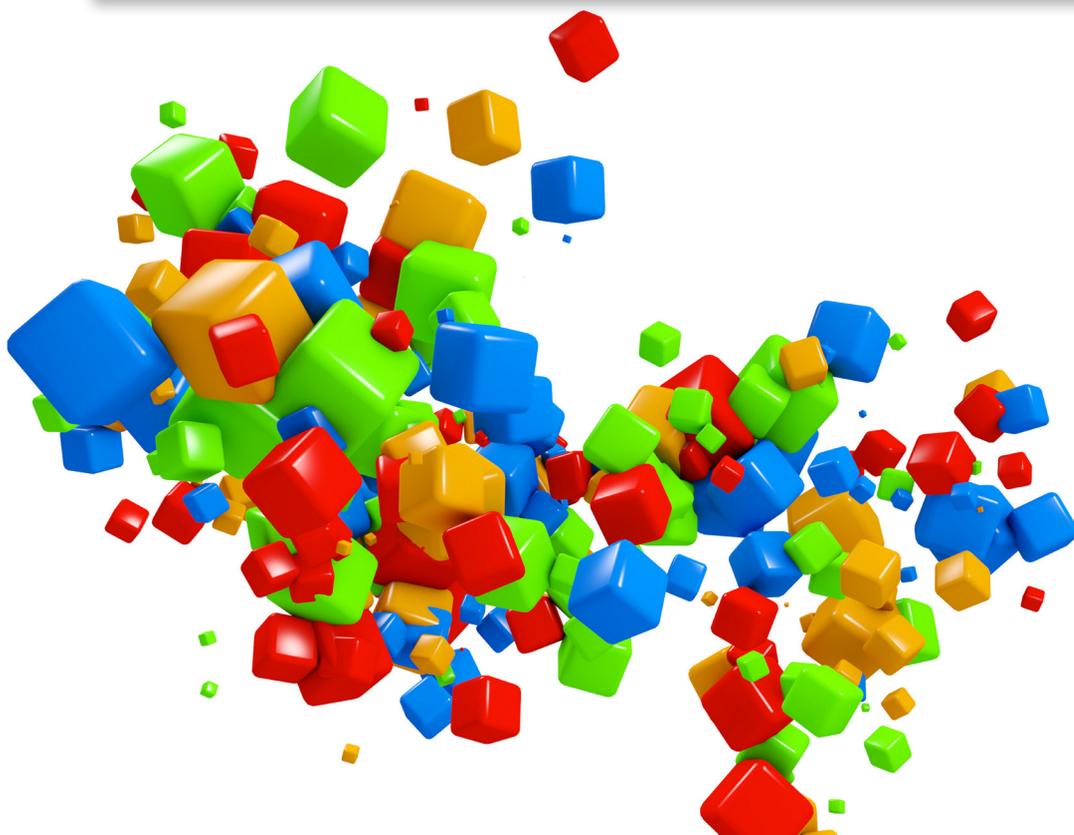
**** Se deberán analizar cuáles son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades** ahora que se va a iniciar el canal online. De manera que, teniendo una fotografía de lo que nos falta y lo que se hace bien, se podrá ver más claramente hacia dónde se debe encaminar la actividad online.

**** Si no se tiene ya, se debe pensar en el nombre que se le dará a la farmacia online**, cuidando que sea atractivo, sencillo y fácil de recordar; que albergue palabras clave para la farmacia y sector, evitando que lleve números o guiones.

Se llama mucho más la atención engancho al consumidor con un nombre que se le quede grabado en la memoria.

Además, se deberá elegir una extensión de nombre de dominio adecuada, teniendo en cuenta que:

.co	compañía, comercio, comunidad
.info	sitios informativos
.net	sitios técnicos, de infraestructura de Internet
.org	organizaciones no comerciales y no lucrativas
.biz	uso comercial o negocio, como sitios de comercio electrónico
.me	blogs, currícula o sitios personales



- ✓ **Estudio del entorno**
- ✓ **Análisis DAFO**
- ✓ **Nombre de la farmacia online**

Comunicación

** No se debe olvidar **el logotipo de la farmacia**, que en la mayoría de las ocasiones conformará la cabecera de la web. Asimismo, **la imagen** (colores corporativos, tipografía, etc.) deberá guardar coherencia con la que se muestra en la propia oficina de farmacia.

** Es importante que la web mantenga el llamado **'Responsive Design'**, que es que tanto en tamaño como en forma, la página sea capaz de adaptarse a cualquier dispositivo: PC, Tablet, móvil...

** Conviene no descuidar al cliente, por lo que recomendamos contar con plataformas de **pago seguro** como Paypal. El servicio postventa puede ayudar a fidelizar al cliente. Contento una vez con la primera compra, es más probable que regrese a la misma web en siguientes ocasiones.

** Una vez se tenga la web diseñada y registrada, conviene no olvidar enlazarla con los sitios web de las **CC.AA. y la AEMPS**, tal y como se indica en la normativa.

** La **descripción, categorización y posición u orden de los productos** facilitarán las búsquedas a los clientes. Además, nuestra recomendación es que siempre vayan acompañados de una imagen.

** En la misma línea, recomendamos contar con un **servicio de entrega fiable** y que se haga saber que en caso de duda o incidencia, existe un teléfono de contacto a través del que se puede localizar al farmacéutico.

** **Facebook, Twitter, Whatsapp, Skype...** pueden ser canales muy óptimos para mantener una vía de comunicación con el paciente y establecer, a través de ellos, el consejo profesional que requiere la venta de medicamentos.



** Por último, en Asefarma recomendamos no olvidarse de que todo lo que hagamos, si se comunica, llega mejor. Por ello, no menospreciar **la comunicación**: un simple cartel en la propia oficina de farmacia, que indique a los clientes que también la farmacia está en Internet, puede ayudar a que, una vez salgan del local, abran Internet y vuelvan a visitar la farmacia. Sólo que esta vez, de forma virtual.

- ✓ **Logotipo**
- ✓ **Responsive Design**
- ✓ **Pago seguro**
- ✓ **Servicio de entrega fiable**
- ✓ **Links a la AEMPS y las CC.AA.**
- ✓ **Redes Sociales**

Otras consideraciones

En resumen...una nueva vía de comunicación y de venta que ofrece a la farmacia un canal más a través del que tomar contacto con el paciente.

Para que no queden dudas sobre lo que se puede vender y lo que no...sirva el esquema que ofrecemos a continuación:

Se pueden vender medicamentos sin prescripción médica por oficinas de farmacias autorizadas para ello

Qué se puede vender

- **Medicamentos de uso humano** elaborados industrialmente **no sujetos a prescripción médica**
- NO se pueden vender preparados oficinales
- NO fórmulas magistrales
- NO Medicamentos no autorizados según normativa aplicable
- NO Medicamentos veterinarios.

Quién puede vender

- **Las oficinas de farmacia abiertas legalmente autorizadas**, previa notificación de esta actividad según lo previsto en el RD, mediante un sitio web de una oficina de farmacia
- Prohibición expresa de venta de medicamentos a través de otros servicios de la sociedad de la información distintos de los regulados en el RD (ejemplo: correo electrónico)

Notificación

- Las oficinas de farmacia **no deben solicitar nueva autorización**
- Sólo tienen que notificar el comienzo de la actividad a las autoridades de la comunidad autónoma donde estén ubicadas, facilitando la información recogida en el art. 4 con al menos 15 días de antelación



“No se podrán vender ni preparados oficinales, ni fórmulas magistrales, ni medicamentos veterinarios ni aquellos otros no autorizados según la normativa aplicable”

Otras consideraciones

Para finalizar, algunas consideraciones en torno al dominio, a las páginas de parafarmacia, al sello... que desde Asefarma aclaramos en respuesta a las consultas recibidas por algunas de nuestras farmacias.

Dominios y subdominios web

Debe existir una segregación clara entre las actividades de venta de medicamentos no sujetos a prescripción médica y las de aquellas otras como la venta de productos de parafarmacia.

Una manera de segregar estas dos actividades de venta (medicamentos OTC + parafarmacia), sería mediante el uso de subdominios, de manera que el consumidor sepa diferenciar que unos productos y otros, son completamente diferentes y unos tienen la acreditación europea y los otros no.

El logo común

El logotipo común deberá ser empleado ÚNICAMENTE para la venta a distancia de medicamentos, por lo que no es posible emplearlo para otros fines.

Dicho logo permitirá al consumidor identificar qué farmacias están autorizadas para la venta online



¿Apps?

La normativa para la venta online de medicamentos deja muy claro que la modalidad de venta relacionada con el desarrollo de 'aplicaciones' o 'apps' NO ESTÁ INCLUIDA en el RD 870/2013, que regula la venta a distancia

La venta al extranjero...¿es exportación?

No es exportación. Con la venta por Internet se abre la posibilidad de vender fuera de nuestro entorno, de nuestra provincia, de nuestra CC.AA..., pero también de nuestro país.

Por tanto, la venta a compradores que se encuentren en otros Estados Miembros, SÍ ESTÁ PERMITIDA, teniendo la farmacia que cumplir con la legislación nacional del Estado Miembro del destino.

Venta online en la farmacia

De todos modos, para resolver cualquier cuestión, puede ponerse en contacto con nosotros en el 91.448.84.22 o a través del correo electrónico juridico@asefarma.com



Asefarma
C/ General Arrando, 11 - 1º 28010 - Madrid
www.asefarma.com