

La industria de autocuidado, farmacéuticos y consumidores, debatieron sobre la fidelización y la recomendación activa: cómo facilitar la transformación de la oficina de farmacia en un establecimiento de salud

La farmacia necesita un marco de estabilidad económica para prestar sus servicios al ciudadano

- **El propio marco legislativo de los medicamentos sin receta impide su desarrollo**

Madrid, 22 de septiembre de 2010.- La oficina de farmacia española necesita un marco de estabilidad económica que le permita desarrollar todo su potencial de servicio al ciudadano. Esta es la principal conclusión de un encuentro celebrado en Barcelona entre representantes del sector farmacéutico, la industria del autocuidado de la salud y los consumidores, moderado por el director de Correo Farmacéutico, Francisco Fernández, y bajo el título *Fidelización y recomendación activa: cómo facilitar la transformación de la oficina de farmacia en un establecimiento de salud*.

El encuentro, organizado por la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp) y el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF), se enmarca dentro del acuerdo de colaboración suscrito por las dos instituciones a comienzos de este año para promover la formación de los farmacéuticos titulares de oficinas de farmacia.

La sostenibilidad económica de la farmacia ante la crisis económica y los últimos recortes, descuentos y bajadas de precio de medicamentos adoptados por el Ministerio de Sanidad y Política Social fueron algunos de los temas estrella del debate. Y es que, como señaló Rafael García Gutiérrez, director general de anefp, las últimas medidas adoptadas por el gobierno central están poniendo en riesgo la calidad y la supervivencia del servicio farmacéutico. *"Si las farmacias no tienen rentabilidad, no pueden ofrecer un servicio de calidad"*, añadió García Gutiérrez.

En este sentido, Jesús Aguilar, presidente del Consejo de Colegios Profesionales de Farmacéuticos de Castilla y León (Concyl), reclamó a las administraciones un compromiso serio *"de palabra y de hecho"* para reconocer los servicios que presta el farmacéutico, utilizando el potencial sanitario que se puede aportar desde la farmacia.

En esta misma línea se manifestó Jordi de Dalmases, presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Barcelona, quien apostó por *"poner en valor"* los servicios que presta el farmacéutico. Asimismo, el presidente del COFB resaltó la necesidad de buscar oportunidades de viabilidad económica para asegurar el futuro de la farmacia, y reforzar el papel que los medicamentos sin receta y los productos de parafarmacia pueden tener en este aspecto. *"La oficina de farmacia es ya un establecimiento de salud en el que no solo se dispensan medicamentos de prescripción, sino que también se aconsejan medicamentos de autocuidado y se venden productos de parafarmacia"*, explicó De Dalmases.

Medicamentos sin receta

En cuanto al desarrollo del mercado de medicamentos no sujetos a prescripción médica, el presidente del COFB alertó de que este sector *"está criminalizado por la propia legislación"*. En opinión de los participantes en el encuentro, el marco legislativo actual hace que la coexistencia en el mercado con financiación y sin financiación de los mismos medicamentos, con los mismos principios activos, idénticas dosis y para las mismas indicaciones, repercuta negativamente en las ventas de medicamentos de autocuidado. En este sentido, los participantes en el debate resaltaron el importante papel que desempeña el farmacéutico a la hora de recomendar medicamentos sin receta para dolencias leves y síntomas menores.

Precisamente el rol del farmacéutico en el autocuidado de la salud fue otro de los temas abordados en el encuentro de Barcelona. Frente a quienes se muestran preocupados por la posible influencia de la publicidad a la hora de adquirir medicamentos no sujetos a prescripción médica, Olivier Ricq, gerente de Arkochim, subrayó el poder de recomendación del farmacéutico y recordó que el 63% de los consumidores admite comprar este tipo de fármacos por consejo farmacéutico y sólo el 16% lo hace influido por la publicidad, según una encuesta de Nielsen.

No obstante, para Carme Sabater, directora de la Coordinadora de Usuarios de la Sanidad (CUS), no todos los farmacéuticos tienen el mismo nivel de compromiso con el consejo farmacéutico y reclamó a los colegios oficiales un mayor estímulo a esta actividad. *"Hay que cambiar el concepto de farmacia y de servicio de farmacia"*, manifestó Sabater. Además, la directora de CUS se lamentó de lo que, a su juicio, es una falta de conocimiento de las necesidades de los consumidores. *"Nadie nos ha preguntado qué es lo que queremos de las farmacias"*, subrayó. En este sentido, el presidente del COF de Murcia, Prudencio Rosique, destacó que su organización lleva más de diez años realizando este tipo de encuestas en colaboración con las asociaciones de consumidores de la región murciana.

Para José Luis Lence, responsable de la División de Farmacia de CESIF, es necesario que las farmacias cubran las necesidades del usuario y sepan satisfacerlas, *"porque*



de lo contrario, lo harán en otro canal". En la misma línea se expresó el presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Murcia, Prudencio Rosique, quien apostó por adecuar todas las acciones de la farmacia a las demandas de la sociedad, actuando siempre *"como profesional y con profesionalidad"*.

Gonzalo Gómez, director de ventas a farmacias de McNeil Consumer Health, se lamentó de que en la venta de productos de parafarmacia el farmacéutico en muchas ocasiones no ha puesto suficientemente en valor la ventaja de su recomendación profesional e insistió en la necesidad de apoyar e impulsar desde la industria de autocuidado la formación de los farmacéuticos

A este respecto, los participantes en el encuentro organizado por anefp y CESIF coincidieron en la idoneidad de establecer un Plan Global de Formación y Gestión destinado a los farmacéuticos titulares de oficinas de farmacia, así como en la necesidad de que la industria apoye a estos profesionales en la gestión de sus compras y en sus estrategias de ventas. Y es que, como señaló José Luis Lence, los farmacéuticos *"están interesados en recibir información y formación en el área comercial"*.

Para Segundo de la Cruz, titular de oficina de farmacia de Tenerife, es necesario recuperar esas categorías de productos que se han ido perdiendo en la oficina de farmacia, para lo que propuso desarrollar políticas de gestión de precios de forma similar a como hacen las grandes superficies, utilizando, en aquellos productos no sujetos a precio fijo, el marketing de precios.

La **Asociación para el Autocuidado de la Salud** (anefp), trabaja para mejorar la salud y la calidad de vida de los ciudadanos y para promover el autocuidado responsable de la salud como instrumento idóneo para hacer frente a los problemas de salud leves y transitorios. Esta asociación, creada en 1978, agrupa a las compañías farmacéuticas que fabrican y comercializan medicamentos sin receta, así como un gran número de empresas del sector de la fitoterapia, la homeopatía, la cosmética y los complementos de la dieta.

El **Grupo CESIF (Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica)** nace en 1990 y está compuesto por siete compañías (CESIF Formación, CESIF Consultoría, CESIF Editorial, CESIF Online, M&B, Support Pharma y EyPASA) que ofrecen formación, consultoría y soluciones empresariales para los sectores farmacéutico, parafarmacéutico, alimentario, biotecnológico, químico y afines. Durante sus 20 años de experiencia ha formado a más de 3.700 profesionales que se han incorporado a las principales compañías de las áreas de actividad mencionadas. Cuenta con más de 50 empleados, posee sedes en Madrid y Barcelona y opera en Europa, América y Asia.



Para más información:

Asociación para el Autocuidado de la Salud

Nuria Sastre

prensa@anefp.org

Telf. 91 435 35 69 (Ext. 6)

Comunicación CESIF

M^a Jesús Díez

mjd@cesif.es

Telf.: 91 593 83 08

Rubén Marcos - Europa Press Comunicación

rubenmarcos@europapress.es

91 359 26 00 o 600 90 54 74