

MUNDO

F A R M A C É U T I C O

WWW.COFARES.ES

Nº 342 - ENERO 2020

C ● ●

¿Apocalipsis para los gigantes del *retail* farmacéutico?

Pág. 5

XXV Concierto Benéfico de Navidad

Pág. 8

Stop Dietas Milagro

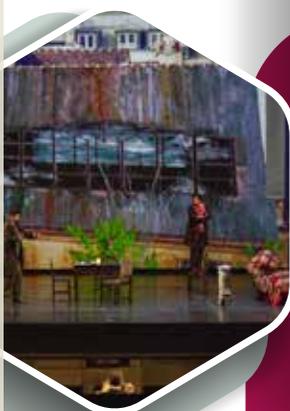
Pág. 14

Farline cierra 2019 como líder de mercado

Pág. 26

DESTINO

2020



Servicio de
Asesoramiento
Nutricional
Farmacéutico



Dietas realizadas en colaboración con la Universidad Alfonso X El Sabio y el Hospital Rey Juan Carlos I



Dietistas titulados



Apoyo continuado

Consulta a tu farmacéutico



www.tcuidanutricion.es



EDITORIAL

Con la mirada puesta en 2020

Después de haber superado con éxito el año en el que hemos celebrado nuestro 75 aniversario y con la mirada puesta en este 2020, es momento para proyectar nuestra visión de futuro para los próximos años. Una visión que ha de servirnos para consolidar un modelo de farmacia que conjugue la vocación de servicio al ciudadano con una voluntad transformadora que nos permita garantizar nuestro liderazgo en el sector para las próximas décadas.

La realidad es que los cambios se están produciendo a una gran velocidad, la transformación tecnológica en la que está inmersa la sociedad avanza de manera imparable. En 2020 se espera que haya más de 2.000 millones de personas que compren bienes y servicios *online*, una corriente a la que la farmacia no permanece ajena. Nos encontramos ante un nuevo consumidor que demanda el producto cuándo, cómo y dónde quiere, y que espera encontrar en la farmacia un auténtico centro de salud, en el que no solo se dispensen medicamentos sino donde también se ofrezcan servicios integrales.

El proceso de adaptación la farmacia ha de conjugar por igual tanto la incorporación de la tecnología y la digitalización como nuevos productos y servicios. Por lo tanto, tecnología y diversificación serán elementos centrales para Cofares en este 2020.

un año en el que será una realidad la nueva plataforma tecnológica y de servicios -fruto de nuestro acuerdo con Glintt- que ayudará a la digitalización de las boticas.

Un hito importante que acompañaremos con el desarrollo de la marca propia Farline -que termina el año siendo líder en el sector- como vía de crecimiento que permita generar mayor valor en la farmacia. Hemos visto como en los últimos años la rentabilidad de la farmacia se ha aminorado por la reducción de los márgenes del medicamento de prescripción, por lo tanto, debemos seguir apostando por aquellas áreas de

negocio con mayor potencial de crecimiento para la farmacia. Por un lado, la categoría veterinaria, un mercado que en 2018 facturó alrededor 300 millones de euros; y por el otro, el segmento de la ortopedia, que puede representar hasta el 4% de la facturación en una farmacia generalista.

Son momentos de cambio para el conjunto del sector, incluso los grandes del *retail* farmacéutico están buscando nuevas fórmulas para reinventarse ante la entrada de los gigantes del *e-commerce* en la salud. Pero lejos de ver esta coyuntura como una amenaza, debemos aprovechar el momento para hallar los mecanismos más exitosos que nos permitan desarrollar las soluciones más competitivas. Sin olvidar que contamos con un potente valor intangible que pocos establecimientos tienen: la confianza y el fuerte vínculo emocional de los pacientes con el profesional farmacéutico.

Eduardo Pastor
Presidente del Grupo Cofares



Nº 342 - ENERO 2020 -GRUPO COFARES
C/ Santa Engracia, 31. 28010 Madrid
Tfno.: 914 475 274 - Fax: 914 464 599
Depósito Legal: M 23381 - 1973
Soporte Válido Sanitario: N° 8 /08-R-CM
www.cofares.es



03 04 06 24 26

FARMACIA RURAL

“Hay que reconocer los servicios de urgencia que cubren las farmacias”

MUNDO ECONOMÍA

Las transmisiones de farmacia en un entorno de tipos de interés negativos

¿Apocalipsis para los gigantes del retail farmacéutico?

MUNDO EXTERIOR

Australia apuesta por las farmacias para aumentar la adherencia

La AEMPS pide a la industria que se adapte al Brexit antes de junio

SERVICIOS A LA FARMACIA

Nuevo cuadro de mandos 4DB de gestión de la farmacia

Propósito de año nuevo: diseñar un plan estratégico en la farmacia

FARLINE INFORMA

Farline cierra 2019 como líder del mercado

MUNDO COFARES 18

- Positividad ante la transformación digital
- Una oda al tiempo
- Premio a los tutores de prácticas de las facultades de Farmacia de Madrid
- Seminario sobre el impacto ambiental en la salud
- Cofares abre sus almacenes a los estudiantes
- Cofares y la industria farmacéutica estrechan lazos

FUNDACIÓN COFARES 08

XXV Concierto Benéfico de Navidad
20 años reconociendo la labor social en el sector salud

MUNDO CIENCIA 11

La microbiota intestinal y su contribución a la salud

MUNDO PROFESIONAL 12

Frenar el colesterol desde la Farmacia
La farmacia, un lugar estratégico para dejar de fumar
Stop dietas milagro:

no existen ni productos ni dietas mágicas

eDUCO + HEALTH ACADEMY 16

MUNDO FARMACIA AUTONÓMICA 17

Las farmacias de Castilla y León, un eslabón relevante en la cadena de detecciones del VIH

MUNDO TECNOLÓGICO 22

Estas apps te ayudarán a dejar de fumar
¿Está una farmacia preparada para el e-commerce?

MUNDO VETERINARIA 28

El sector farmacológico de pequeños animales crece un 9%

ORTOPEDIA CENTRAL 29

Cofares lanza Aposán Dynamic

LO MÁS DESTACADO EN LA RED 30

IN MEMORIAM (Urbano Moreno) 31



“Hay que reconocer los servicios de urgencia que cubren las farmacias”

El papel asistencial que cumple la farmacia rural adquiere especial relevancia en aquellos lugares donde la despoblación es más acusada.

Para conocer de cerca esta realidad y ver qué medidas se pueden abordar para mejorar la situación de estas oficinas de farmacia, nos hemos desplazado hasta Zamora para entrevistar a Juan Prieto, presidente del COF de la provincia.

¿Cuál es la situación actual de las farmacias rurales en Zamora?

La farmacia de Zamora es la tercera con más ruralidad de toda España, con un 73% del total de la provincia. A esto hay que añadir que ocupamos el tercer puesto a nivel nacional en farmacias de Viabilidad Económica Comprometida (VEC). Además, formamos parte de la mal llamada España Vacía porque, a pesar de que el problema principal es la despoblación, en realidad no está vacía y sigue habiendo personas a las que atender. Estamos buscando soluciones a medio y largo plazo para esas farmacias, ya que es un tema que nos preocupa mucho tanto a los farmacéuticos como a las administraciones.

¿Cuáles son esas soluciones que se están buscando?

Una de ellas es un proyecto piloto que está preparando la Junta de Castilla y León, cuya implementación se va a llevar a cabo en el primer semestre del año y en el que se van a reordenar los servicios sanitarios. Desde el COF de Zamora estamos en conversaciones con la adminis-

tración para que la farmacia tenga el peso que merece y cumpla un papel importante de cooperación con el resto de los servicios sanitarios.

¿Qué papel deben cumplir los farmacéuticos rurales en estos entornos en los que la población es cada vez menor y de mayor edad?

El farmacéutico tiene que ser un punto de referencia cada vez más relevante, ya que es el profesional sanitario que más horas pasa en el medio rural. Además, hay que reconocer la importante labor de los servicios de urgencia que se cubren desde las oficinas de farmacia, que son fundamentales y que tan mal valorados están.

¿Cuáles son los retos que se plantean desde el COF para este nuevo año en referencia a la farmacia rural?

Entre otros objetivos, vamos a dedicar grandes esfuerzos en reforzar la labor asistencial de la farmacia rural, así como su labor social como puntos de prevención y detección de casos de violencia de género o alcoholismo en jóvenes, entre otros.

Asimismo, vamos a continuar trabajando por que los servicios de urgencia afecten lo menos posible a la vida personal y profesional del farmacéutico y para que este tenga su debido reconocimiento de mano de la administración.

En 2019 habéis desarrollado, por segundo año, el programa ‘La farmacia rural, siempre cuidando de ti’. ¿Qué valoración hace de esta iniciativa?

La valoración desde el COF es muy positiva, ya que en 2018 participaron en torno a 400 personas, mientras que en 2019 esta cifra ha ascendido a más de 600. Los farmacéuticos se han implicado en impartir estas charlas, que se han centrado en cómo ayudar desde las farmacias rurales a fomentar una alimentación saludable. Ya estamos trabajando junto a la Diputación de Zamora para llevar a cabo una nueva edición este 2020.



↑ Juan Prieto, presidente del COF de Zamora



Las transmisiones de farmacia en un entorno de tipos de interés negativos

Desde la última crisis, los Bancos Centrales, y especialmente el Banco Central Europeo, han mantenido una política monetaria expansiva, es decir, han incrementado la liquidez del sistema financiero a fin de que las entidades dispongan de liquidez suficiente para estimular el crecimiento.

Al aumentar la base monetaria, los tipos de interés se mantienen muy bajos o incluso en negativo, como es el caso del Euríbor (tipo de referencia del mercado interbancario) y de la deuda pública a corto plazo. Esta situación parece que de momento no se va a revertir.

Si bien esto parece ajeno a nuestro sector, lo cierto es que tiene una clara influencia en las transmisiones de oficina de farmacia. La mayoría de los traspasos se realizan con financiación bancaria, en la que el comprador tiene que pedir un préstamo a una entidad financiera. Como los tipos de interés están tan bajos, **las cuotas de los préstamos resultan más asumibles**, de forma que la farmacia adquirida genera suficiente capacidad de pago para hacer frente a un préstamo de mayor importe.

Esta **mayor capacidad de financiación provoca un incremento de los precios de transmisión**, al igual que sucede con otros activos como los inmuebles. Al mismo tiempo, las entidades bancarias están destinando más fondos hacia nuestro sector, con el fin de diversificar sus inversiones reduciendo su exposición al sector inmobiliario.

Otro elemento de las transmisiones de farmacia en el que influyen los bajos tipos de interés es el de las tasaciones de farmacia. El criterio principal de estas valoraciones es el descuento de flujos de caja. Este método estima el rendimiento que generará la farmacia en los próximos años que se actualiza hasta el momento actual. Esta actualización utiliza un tipo de descuento que suele ser el tipo de interés del activo sin riesgo (normalmente el bono español a 10 años) más una prima de riesgo específica del sector. Con un tipo de interés del bono tan bajo, sale un tipo de descuento también reducido y, **al actualizar flujos de caja futuros con un tipo menor, se obtiene una mayor valoración para la misma farmacia**.

Y, por último, otro factor a tener en cuenta es la ausencia de alternativas rentables de inversión, por lo que cada vez **más inversores tratan de dirigir sus fondos hacia nuestro sector**, dadas sus características de sector anticíclico y sus perspectivas de crecimiento en un entorno de envejecimiento de la población.

Esto no quiere decir que las oficinas de farmacia estén sobrevaloradas o infravaloradas ya que la valoración de cualquier activo en un momento dado depende, aparte de sus características intrínsecas, de la coyuntura económica y financiera del momento.

Alejandro Pastrana

 ¿Cómo afectan los tipos de interés bajos?

- Las cuotas de los préstamos son más asumibles.
- Una mayor capacidad de financiación incrementa los precios de transmisión.
- La tasación de la farmacia es mayor porque se estima un mayor rendimiento.
- Cada vez más inversores dirigen los fondos al sector de la farmacia.



 Los tipos de interés se mantienen muy bajos y no parece que se vaya a revertir a corto plazo”.

 Al actualizar flujos de caja futuros con un tipo menor se obtiene una mayor valoración para la misma farmacia”.

¿Apocalipsis para los gigantes del retail farmacéutico?

Entre los 10 primeros *retailers* del mundo por volumen de facturación se encuentran dos cadenas de farmacias: Walgreens y CVS. Juntas facturan más de 260.000 millones de dólares.

Sin embargo, todo está cambiando tan deprisa que incluso los grandes operadores están atravesando momentos complicados. Buscan 'a la desesperada' diversificación para diferenciarse, aunque no encuentran todavía una solución. Algunos se atreven a decir incluso que estamos ante el apocalipsis del *retail* en el mundo de la farmacia.

De hecho, Walgreens Boots está explorando abandonar Wall Street en lo que podría ser la mayor compra con capital privado de la historia, un acuerdo que podría alcanzar los 70.000 millones de dólares. Las acciones de este gigante del *retail* llegaron a caer más de un 20% en un año ante el sucesivo aumento de costes y disminución de ingresos operativos. Pero no ha sido el único, los grandes *retailers* farmacéuticos están afrontando caídas en bloque de su rentabilidad y valor en los mercados, y buscan desde hace algunos años ajustes y movimientos corporativos.

Ya en 2015, Walgreens compró casi 2.000 puntos de venta a Rite Aid, aunque ya ha cerrado 630, y planea levantar otras 120 ubicaciones. También ha firmado alianzas con, por ejemplo, la aseguradora Humana y la compañía de diagnóstico LabCorp, para probar nuevos servicios de salud en algunas tiendas. Además, Walgreens quiere reducir gastos en 2022 hasta 1.800 millones de dólares, lo que incluye el cierre de 200 tiendas en EE. UU. y otras 200 en Reino Unido.

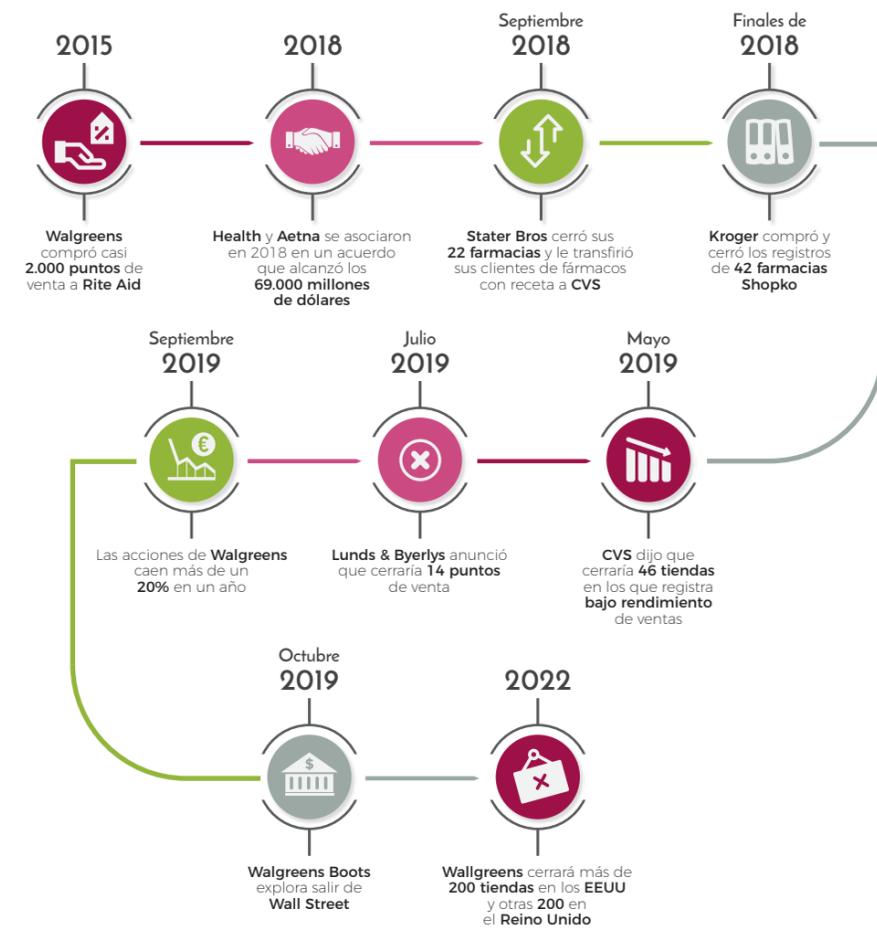
Sus rivales también buscan alternativas. CVS Health y Aetna se asociaron en 2018 en un acuerdo que alcanzó los 69.000 millones de dólares, pasando a ser una red enorme de farmacias y una de las mayores aseguradoras de EE. UU. En septiembre de ese mismo año, Stater Bros, un supermercado con sede en California, cerró sus 22 farmacias y le transfirió sus clientes de fármacos con receta a CVS. En mayo de 2019, CVS anunció

que cerraría 46 tiendas en los que registra bajo rendimiento de ventas. Otras empresas del sector están sufriendo la fuerte crisis de las farmacias en EE. UU.: en julio, Lunds & Byerlys anunció que cerraría 14 puntos de venta.

Y, cómo no, en medio de este escenario está Amazon. La industria de la salud es un viejo objetivo para el gigante del comercio electrónico, que lleva dos años contratando directivos provenientes de diferentes sectores de dicha industria. Ya entre 1999 y 2000 invirtió en Drugstore.com, aunque terminó siendo una

inversión deficiente. Pero el mensaje al mercado fue aún más claro con la compra de Pillpack en 2018.

Ante esta amenaza de incursión de nuevos actores, los grandes *retailers* farmacéuticos desarrollan nuevas estrategias, quieren ser vistos como algo más que minoristas, como empresas de atención médica, aseguradoras, probando nuevos servicios de salud y bienestar para sus clientes, así como servicios de diagnóstico, entre otros.





Australia apuesta por las farmacias para aumentar la adherencia

La Universidad Tecnológica de Sídney, la Sociedad Farmacéutica de Australia y la Red de Salud Primaria del Oeste de Australia han creado un proyecto titulado 'An Australian Minor Ailments Scheme' (AMAS). En él, han comparado la adherencia de los pacientes en 15 oficinas de farmacia que seguían un protocolo en síntomas menores con un programa especial, con otras 15 que realizaban una atención farmacéutica estándar.

Tras poner fin al programa, los resultados finales fueron que el 52% de los pacientes atendidos en farmacias con un programa especial para síntomas menores siguió los consejos

de su farmacéutico, mientras que, en el caso de las farmacias que realizaban una atención estándar, fueron un 16%. Es decir, los pacientes del programa AMAS fueron más adherentes.

Australia demuestra así que un programa protocolizado para atender los síntomas menores con la coordinación de servicios en Atención Primaria mejoraría la adherencia de los pacientes. Además, subraya la utilidad de emplear las tecnologías, tanto en el seguimiento de los pacientes como en la comunicación entre los profesionales sanitarios, ya que facilitaría mucho la labor del titular de farmacia.

La AEMPS pide a la industria que se adapte al Brexit antes de junio

Como consecuencia del proceso de adaptación a un posible Brexit, la Agencia Española del Medicamento (Aemps) es consciente de la dificultad que supone para los laboratorios farmacéuticos cuestiones como la actualización del etiquetado y de las instrucciones de uso de los productos afectados.

Por ello, ha concedido de plazo hasta el 30 de junio de este año para que las compañías regulen esta situación. "Las empresas deben actualizar el etiquetado y las instrucciones de uso de los productos afectados para que estén en consonancia con los documentos que avalan el mercado CE", apuntó la Aemps en un comunicado que envió a los laboratorios farmacéuticos a principios de abril sobre las cuestiones más relevantes de los productos sanitarios ante una



posible salida del Reino Unido de la Unión Europea.

Algunos fabricantes de productos sanitarios ya han tomado las medidas necesarias orientadas a poner en con-

formidad sus productos para la comercialización dentro del mercado de la UE27, como, por ejemplo, el cambio de organismo notificado o el cambio a un representante autorizado.

friMar

La solución natural para la higiene nasal diaria



- ❖ Solución de agua de mar 100%
- ❖ Bebés desde el nacimiento, niños y adultos
- ❖ Boquilla con diseño especial
- ❖ Microdifusión
- ❖ Estéril



friMar
Isotónico
Limpia y protege



friMar
Forte
Hipertónico
Limpia y descongestiona

Frimar Isotónico (CN. 1788641) No utilizar en bebés prematuros. **Frimar Hipertónico** (CN. 1788658) No utilizar en bebés prematuros. Para lactante y para niños con enfermedades en las vías respiratorias, por ejemplo, asma, consulte a su farmacéutico o su médico. No debe ser usado por personas con hipersensibilidad al agua de mar. *Cumple con RD 1591/2009 de productos sanitarios.*



XXV Concierto Benéfico de Navidad

Después de casi un año de celebraciones por el 75 Aniversario de la Compañía, el Grupo Cofares, sus socios y las autoridades invitadas se vistieron de gala para celebrar la noche más especial del año: el Concierto Benéfico de Navidad de la Fundación Cofares que, además, esta edición cumplía 25 años.



⤴ Emilio Martínez, José Manuel Jiménez, María Dolores Moreno, Gaspar Linares, Aquilino Rodríguez, Mikel Gastearna, René Derecque-Pois, Monika Derecque-Pois (directora general de GIRP), Eduardo Pastor, Christa Wirthumer-Hoche (directora de la EMA), Mery Krass, Mari Krass (presidenta de Federación de distribución de Estonia), Carlos Varela, Luz Lewin, Toté Rodríguez, Miguel Valdés (director general de Fedifar), esposo de Christa Wirthumer-Hoche, Rui Carrington Mckesson (GIRP Portugal) y esposa.

Los asistentes, que llenaron por completo el Teatro Real de Madrid, pudieron disfrutar de la ópera escenificada *La bohème* de Giacomo Puccini, a cargo de la Orquesta Clásica Santa Cecilia y del Coro Las Veradas. La ópera, que refleja las propias vivencias del autor durante sus años de estudiante en el conservatorio de Milán, hizo emocionarse al auditorio durante los cuatro actos que la componen.

El XIX Premio Fundación Cofares destaca un programa de oncología pediátrica

En el marco del concierto se hizo entrega del XIX Premio Fundación Cofares, un galardón que reconoce la labor social realizada por parte de personas, entidades u organizaciones a favor de pacientes y comunidades sociales necesitadas de atención sanitaria o social.

El presidente del Grupo Cofares, Eduardo Pastor, entregó la estatuilla y una dotación de 18.000 euros al Dr. Juan Abarca, presidente de HM Hospitales, por el proyecto 'Cuidados Paliativos en Oncología Pediátrica' de la Fundación de Investigación HM Hospitales. Se trata de una iniciativa que pone a disposición de los pacientes oncológicos pediátricos y de sus familias un equipo multidiscipli-



LA ESTATUILLA DEL PREMIO FUNDACIÓN COFARES

El premio de la Fundación Cofares representa a un boticario. La idea era institucionalizar el galardón y, para ello, se ha representado a un farmacéutico "de los antiguos, casi alquimistas que hacían milagros con sus mezclas", dice el escultor Salvador Amaya. Su elaboración y fundido se han realizado siguiendo los procedimientos tradicionales en el trabajo del bronce.



⤴ Eduardo Pastor junto a los premiados, Juan Abarca, Natalia Duárez Rueda y Ana María Serra.

nar domiciliario formado por oncólogos pediátricos, enfermeras especializadas, psicólogos, musico-terapeutas, maestros, voluntarios, fisioterapeutas y asistencia espiritual.

Asimismo, recibieron el premio accésit Natalia Suárez Rueda, directora de ACTAYS, Acción y Cura para Tay-Sachs

-una enfermedad rara neurodegenerativa-, y Ana María Sierra, vicepresidenta de la asociación San Rafael de Alzheimer Córdoba, por su programa de nutrición para personas con alzhéimer y otras demencias.





20 años reconociendo la labor social en el sector salud



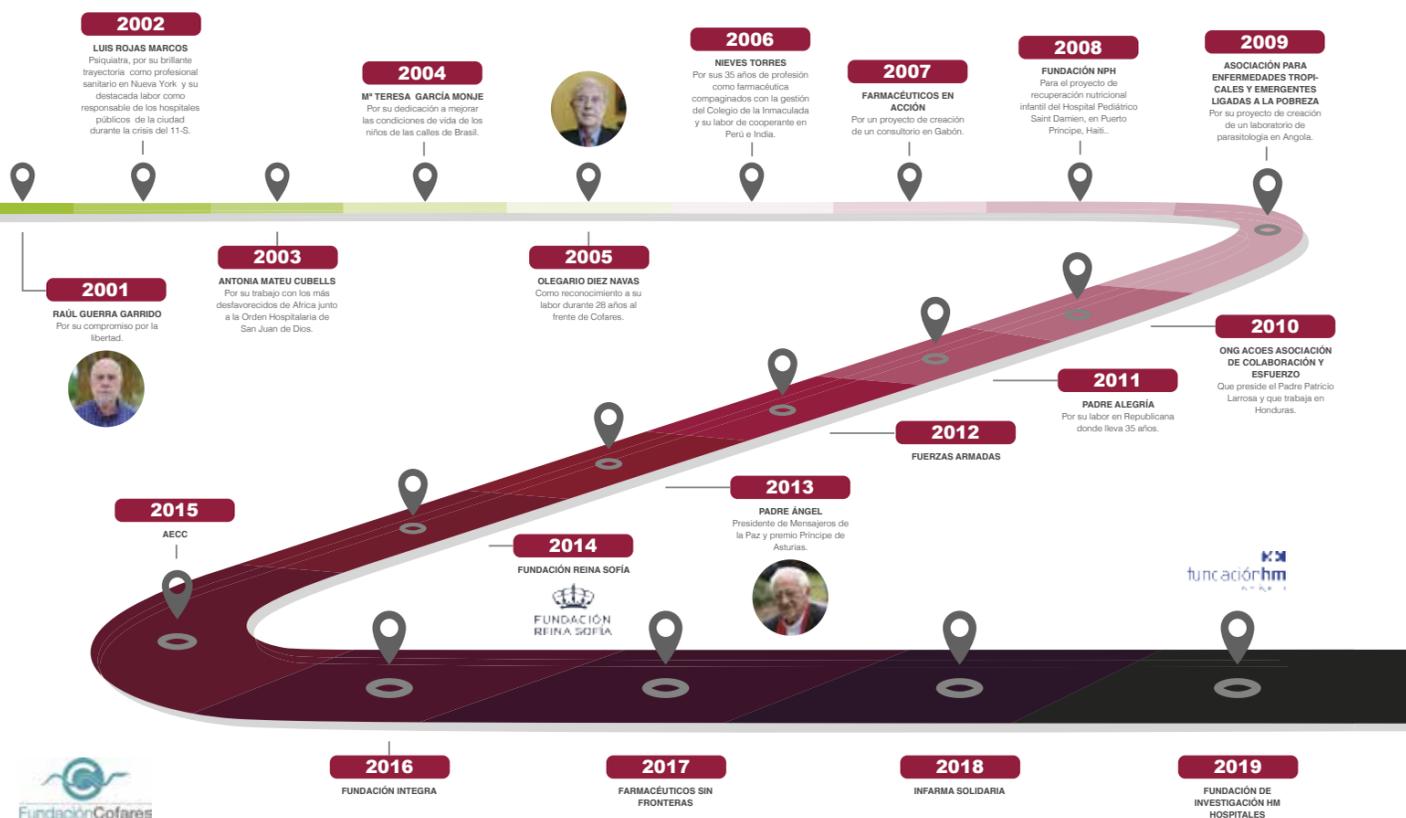
La Fundación Cofares lleva dos décadas trabajando en actividades y obras sociales, tales como el envío de ayuda humanitaria a países en conflicto o asolados por desastres naturales o la organización de eventos con fines solidarios.

De la mano de la Fundación nacieron sus premios, un galardón anual que busca reconocer la labor social realizada por personas, entidades u organizaciones a favor de pacientes y comunidades sociales necesitadas de atención sanitaria y que este año ha ido a parar

al proyecto 'Cuidados Paliativos en Oncología Pediátrica' de la Fundación de Investigación HM Hospitales.

La lista de galardonados de estos últimos 20 años incluye nombres como los del escritor Raúl Guerra Garrido, primer premiado por su compromiso por la libertad; Farmacéuticos en Acción por un proyecto nutricional infantil en Haití; el padre Ángel, presidente de Mensajeros de la Paz o la Fundación Reina Sofía.

PREMIOS FUNDACIÓN COFARES



La microbiota intestinal y su contribución a la salud



El concepto de la flora intestinal se ha vuelto muy popular en los últimos años gracias a su frecuente uso en publicidad, principalmente para productos lácteos como yogures.

Pero en realidad, cuando hablamos de flora intestinal, estamos haciendo referencia a la microbiota intestinal o, lo que es lo mismo, al conjunto de microorganismos -bacterias, hongos y virus, entre otros- que habitan de forma natural en el tubo digestivo y que cumplen una importante función en numerosas funciones fisiológicas.

Es tal la importancia de la microbiota intestinal que existen diversas evidencias científicas que la vinculan directamente con la enfermedad inflamatoria intestinal o el síndrome del intestino irritable. Asimismo, parece estar implicada en patologías de carácter maligno, como los cánceres colorrectal y gástrico y el hepatocarcinoma.

integrales o las manzanas.

Eso sí, tal y como se expuso en la 8ª Cumbre Mundial sobre Microbiota Intestinal para la Salud, celebrada en Miami el pasado mes de junio, las respuestas de la microbiota intestinal a la nutrición son diferentes de una persona a otra, por lo que se está avanzando hacia un enfoque dietético personalizado.

De entre ellas, cabe destacar que la microbiota intestinal interviene activamente en la homeostasis, es decir, en la tendencia del organismo a resistir cambios con el fin de mantener un ambiente interno estable y relativamente constante, cuya desregulación se vincula con múltiples enfermedades autoinmunitarias, infecciosas y metabólicas. Otras funciones en las que interviene la microbiota intestinal son, por ejemplo, el metabolismo intermediario y el energético, así como el desarrollo neurológico, inmunológico y del epitelio intestinal.

Por todo ello, resulta clave cuidar la microbiota intestinal a través de la nutrición, ya que la dieta es uno de los factores ambientales que más influye en la configuración de su metabolismo. De este modo, es necesario seguir una alimentación saludable y variada, basada en la dieta mediterránea, en la que se incluyan alimentos ricos en probióticos, como el yogurt y el kéfir, y en la que haya un consumo medio aproximado de 30 g de fibra al día procedente, sobre todo, de alimentos con carbohidratos accesibles para la microbiota, como son la avena, las legumbres, los cereales

Hay que tener en cuenta, además, que otro de los aspectos que más daña a la microbiota intestinal es el uso indiscriminado de antibióticos, especialmente los orales, por lo que desde la oficina de farmacia hay que seguir informando y concienciando sobre la importancia de limitar su consumo únicamente cuando es estrictamente necesario y lo prescriba el médico.



- FABRICAN** vitaminas, entre las cuales, B12, K y folato
- ENSEÑAN** al sistema inmunitario a distinguir aliados y enemigos
- PRODUCEN** moléculas importantes que se desplazan por el cuerpo
- NOS DEFIENDEN** contra microorganismos que son nocivos para nosotros
- INFLUYEN** sobre las calorías que ingerimos cada día
- AYUDAN** a producir serotonina, importante para una función intestinal ÓPTIMA

FUNCIONES Y CURIOSIDADES DE LA MICROBIOTA INTESTINAL

Fuente: Observatorio de la Microbiota Intestinal

- LA MICROBIOTA INTESTINAL puede pesar entre 1 y 2 kg
- LA SUPERFICIE DEL TRACTO GASTROINTESTINAL es tan grande como 2 PISTAS DE TENIS (400 M²)
- LOS MICROBIOS en nuestro cuerpo superan en cantidad a las células humanas en proporción de 10:1
- EL 95% de nuestras bacterias están localizadas en el tracto gastrointestinal
- 0.5-5µm LAS BACTERIAS son entre 10 y 50 veces más pequeñas que las CÉLULAS HUMANAS
- Colocadas unas al lado de otras, LAS BACTERIAS de nuestro cuerpo podrían dar la vuelta al mundo 2,5 veces



Frenar el colesterol desde la farmacia

El colesterol es un tipo de grasa que circula por la sangre y que interviene en muchos procesos del organismo. Gracias a él, se sintetizan algunas hormonas digieran las grasas, además de contribuir a la formación de los ácidos biliares o bilis. Sin embargo, unos niveles altos de colesterol en sangre son un factor de riesgo en enfermedades cardiovasculares, como la embolia o la trombosis. Los valores de referencia varían, pero se puede hablar de

hipercolesterolemia cuando existe un nivel de colesterol total superior a 250 mg/ml.

Debemos tener cuidado y controlarlo durante todo el año manteniendo una dieta equilibrada. Pero ahora que arrancamos el año, después de unas fechas de excesos, es el mejor momento para proponernos nuevas metas y hábitos que nos ayuden a estar sanos.



Descárgate la infografía resumen de este artículo en blog.cofares.es y compártelo en tus redes.



¿Qué ofrecer desde la farmacia para reducir el colesterol?

- Estatinas
- Captura de ácidos biliares mediante resinas
- Inhibidores de absorción de colesterol
- Combinación de inhibidor de absorción de colesterol y estatinas
- Fibratos
- Ácidos grasos omega 3
- Combinación de estatina y bloqueador de canales de calcio

Limitar los alimentos con colesterol:



El colesterol se encuentra en alimentos de origen animal como el hígado y otras vísceras, yemas de huevo, marisco y productos lácteos de leche entera. No tenemos que eliminarlos de la dieta, sino que basta con consumir menos de 200 mg de colesterol al día.

Limitar el alcohol:



Las bebidas alcohólicas añaden calorías adicionales y el aumento de peso puede conllevar un incremento del nivel de colesterol malo y una disminución del bueno. Se recomienda no más de 2 vasos de vino al día en el caso de los hombres y uno en las mujeres.

Comer mucha fibra soluble:



Los alimentos ricos en fibra soluble ayudan a evitar que el tracto digestivo absorba el colesterol. ¿Dónde encontrarlos? Los tenemos en los cereales de grano entero como la avena, pero también en las manzanas, plátanos, naranjas, peras y ciruelas. Y no nos olvidemos de las legumbres. Una buena fuente de esta fibra son las lentejas, los garbanzos, los frijoles y las habas.

Comer pescado rico en ácidos grasos omega-3:



Estos ácidos no disminuirán el nivel de colesterol malo (LDL), pero pueden ayudar a subir el nivel de colesterol bueno (HDL). Estas grasas también pueden proteger al corazón de coágulos de sangre e inflamación y reducir el riesgo de ataque cardíaco. ¿Qué podemos comer para obtener estos ácidos grasos? Las mejores opciones son el salmón, el atún (incluso de lata) y la caballa.

Una cucharada de sal al día:



Debemos limitar la cantidad de sodio (sal) que se consume a no más de 2,300 miligramos (aproximadamente una cucharadita) por día. Limitar la sal no reducirá el colesterol, pero puede bajar el riesgo de enfermedades cardíacas al ayudar a disminuir la presión arterial. La mejor opción para evitarla es utilizar otros condimentos.

La farmacia, un lugar estratégico para dejar de fumar

Fumar mata y, según la OMS, lo hace hasta 4,9 millones de veces al año a través de enfermedades cardiovasculares, el cáncer de pulmón y la EPOC.

Además, se calcula que los fumadores de más de 20 cigarrillos diarios tienen una disminución en su expectativa de vida de entre 6 y 10 años con relación a los no fumadores.

Los farmacéuticos son los profesionales sanitarios más cercanos al paciente, lo que les convierte en agentes clave para ayudar a los ciudadanos que deseen a dejar de fumar. Pero ¿cómo se puede hacer?



Terapia de reemplazo de nicotina:

La nicotina es adictiva, por eso al intentar dejar de fumar, se experimentan síntomas de abstinencia desagradables. Este reemplazo lo tenemos disponible en forma de chicles, parches, pulverizadores, inhaladores, pastillas...



Vareniclina:

La vareniclina ayuda a contrarrestar los niveles bajos de dopamina y disminuir algunos de los síntomas causados por la abstinencia de la nicotina. Al mismo tiempo, bloquea los efectos satisfactorios de la nicotina en caso de que la persona recaiga y fume.



Bupropion:

También reduce el déficit de dopamina experimentado en la abstinencia de la nicotina, pero es especialmente útil para aquellos preocupados por el aumento de peso al dejar de fumar, ya que se ha demostrado que reduce el apetito.



Vitaminas B y C:

Los fumadores generalmente tienen concentraciones más bajas de vitamina B en circulación y niveles más bajos de vitamina C, lo que despierta un mayor estrés al intentar dejar el hábito de fumar. Un suplemento con estas vitaminas podría ayudar.



Estilo de vida saludable:

Para estar motivado, mitigar los síntomas de la abstinencia y reducir la posibilidad de recaídas, es recomendable realizar actividad física, mantener una dieta adecuada, hacer ejercicios de relajación y dormir adecuadamente.



Apps para móvil:

Existen aplicaciones que pueden ayudar a rastrear el consumo de tabaco y las señales que anhelan la nicotina; esta información se puede utilizar para planificar cuándo y dónde reforzar un nuevo hábito saludable en lugar del antiguo insalubre. Podrás encontrar ejemplos en la sección Mundo Tecnología (pág. 22).



Descárgate la infografía resumen de este artículo en blog.cofares.es y compártelo en tus redes.



Stop dietas milagro: no existen productos ni dietas mágicas

Pasadas las fiestas navideñas, en las que resulta muy difícil mantener nuestro estilo de vida y no excederse con las comidas, nos encontramos con una casi inevitable ganancia de peso.



Así, llega enero y con él, la necesidad de perderlo de nuevo y recuperar nuestra situación anterior. Este deseo, muy loable, puede ser también peligroso si no se lleva a cabo de manera adecuada, siguiendo dietas que garanticen nuestra salud.

En todo tipo de canales nos encontramos con dietas milagro, promocionadas muchas veces por personas famosas, que prometen recuperar nuestro peso ideal en poco tiempo y sin esfuerzo. Para que una dieta sea efectiva, y no constituya un riesgo para la salud, no puede buscar una pérdida de peso rápida, pues sería a costa de déficits nutricionales de proteínas, vitaminas y minerales, y en muchos casos generaría desequilibrio en los nutrientes ingeridos porque, como veremos, se basan en el consumo de un solo tipo de alimento o nutriente.

¿Qué es una dieta milagro?

Como describe la AECOSAN (Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición), las dietas milagro son aquellas que "inducen una restricción calórica muy severa, que generalmente conduce a situaciones de carencias que las hace insostenibles en el tiempo y peligrosas para la salud".

Se caracterizan por:

- Tener un escaso aporte calórico
- Proponer etapas de semiayuno
- Destruir proteínas corporales
- Provocar pérdida de masa muscular
- Fomentar la formación de cuerpos cetónicos

Con la disminución de masa muscular la pérdida de peso es espectacular las primeras semanas, pues el tejido muscular es rico en agua y esta se pierde en gran cantidad en la fase inicial, ayudada en ocasiones por la ingesta de productos de acción diurética.

Esta pérdida rápida favorece la recuperación también rápida, con un efecto rebote al abandonar el régimen. El semiayuno pone en marcha mecanismos metabólicos que provocan ahorro energético e incremento del apetito, que favorecen al pasar a una dieta normal esa recuperación del peso perdido en forma de tejido graso.

Tres grandes tipos de dietas milagro:

Dietas hipocalóricas desequilibradas:

Monótonas y con déficits de nutrientes, sobre todo cuando se siguen durante un periodo largo de tiempo. Provocan un efecto rebote que lleva a un aumento de masa grasa relacionada con la pérdida de masa muscular.

Dietas disociativas:

Separan la ingesta de diferentes alimentos porque consideran que el aumento de peso se debe no al alimento en sí, sino a ingerirlo en combinación con otros.

Dietas excluyentes:

Consisten en eliminar algún nutriente de manera que pueden ser ricas en proteínas y sin hidratos de carbono, lo que supone una sobrecarga renal y hepática; ricas en hidratos de carbono y sin lípidos ni proteínas; o dietas ricas en grasa, las populares dietas cetogénicas, que son muy peligrosas pues producen alteraciones en el metabolismo provocando acidosis, cetosis, subida en el colesterol sanguíneo, etc.

Teniendo en cuenta las **recomendaciones de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid**, debemos desconfiar de:

- Aquellas dietas que presenten productos inusuales, exóticos, etc; que se promocionen como la panacea para la salud; que aparezcan publicadas en todo tipo de canales; en las que se tenga fe ciega; que vayan acompañadas

de términos científicos como "natural, orgánico, biológico, sin conservantes, sin tratamientos químicos...", y/o que prometan una mejora de la salud, belleza, vida sexual, una larga vida, etc.

- Los productos que aseguran una pérdida de peso pudiendo comer lo que se quiera y cuanto se quiera; los que prometen perder más de 1 kg en una semana o hacerlo mientras se duerme;

y los que desengrasan o llevan sustancias "devoragrasas".

No existen ni productos ni dietas mágicas. Los que así se presentan están basados en mitos y creencias irracionales que olvidan los principios establecidos por el estudio científico y constituyen, hoy en día, uno de los mayores problemas de la nutrición en nuestra sociedad.

DIETA MILAGRO	VS	DIETA SALUDABLE
<ul style="list-style-type: none"> • Graves alteraciones metabólicas. • Desnutriciones proteicas y déficit de vitaminas y minerales. • Efectos psicológicos negativos que pueden desencadenar en trastornos del comportamiento alimentario (anorexia, bulimia) más graves que el exceso de peso del que se parte. • Efecto rebote que lleva a una situación de sobrepeso mayor que en el inicio. 		<ul style="list-style-type: none"> • Invierte el balance energético aportando menos energía que la que se gasta. • Incluye todos los nutrientes necesarios, además de ser palatable y económicamente asequible. • No promete pérdidas grandes de peso en poco tiempo, nunca más de 1 kg a la semana. • Promueve la realización de ejercicio físico.

Todos estos artículos están a su disposición en nuestra página web, en la sección Monográficos, donde puede imprimirlos o consultarlos. Cualquier duda o la aportación de bibliografía, puede solicitarse al Departamento de Registros, dirección técnica de COFARES, en el número de Tf.: 91 740 87 00

Esperanza Pastor Velasco Registro y Desarrollo de Productos (Dirección Técnica y Calidad)

“Las oficinas de farmacia deben cambiar la forma de pensar el negocio para cerrar su brecha”



eDUCO+ Health Academy, la nueva escuela formativa del Grupo Cofares, y ESIC Business & Marketing School lanzan el ‘Programa de Reactivación Comercial de la Oficina de Farmacia’, que contará con Javier Molina como docente.

Miembro del consejo EDV de Executive Education - ESIC y experto en Costume Experience, Molina afronta este nuevo reto teniendo claro que, antes de que las farmacias se adapten a las nuevas tecnologías, deben centrar su unidad de negocio.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de reactivación comercial de la oficina de farmacia?

Hablamos de reactivación comercial cuando implementamos en la farmacia un programa y una metodología, que ayude a los profesionales farmacéuticos a diseñar su propia estrategia y línea de trabajo conforme a la realidad y si-

tuación contextual de cada oficina de farmacia, para optimizar tanto el rendimiento comercial como financiero de la misma.

¿Por qué es interesante participar en el Programa de Reactivación Comercial?

Por la metodología utilizada, que les hará reflexionar sobre cuáles son las variables externas que nos pueden afectar en el futuro inmediato. Detectaremos cuáles son las fortalezas y debilidades de la farmacia, tanto del punto de vista de establecimiento comercial como de negocio, con el objeto de definir cuál es la mejor estrategia competitiva.

¿Cuáles son los beneficios que va a aportar el programa a los participantes en el mismo?

Obtendrán una radiografía de la situación real de la farmacia, identificarán qué hacer y cómo actuar con el cliente para provocar un mejor y mayor impacto en la clientela y conocerán técnicas de ‘Customer Experience’ dentro de la farmacia como establecimiento comercial, entre otras.

¿Cómo se imparte esta formación a los profesionales farmacéuticos que participan?

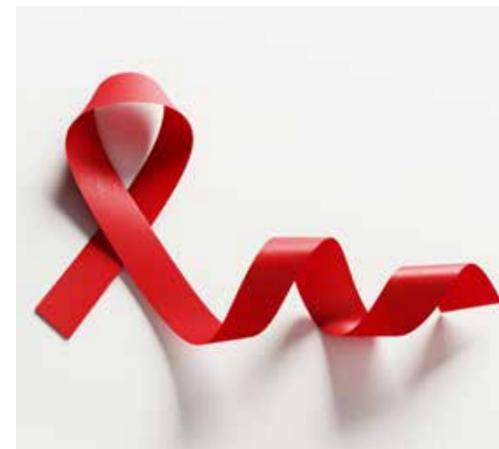
El programa está diseñado como una serie de encuentros por área de conocimiento, en sesiones de 5 horas, para actualizar conocimientos, reflexionar y analizar “sobre el terreno” las actuaciones necesarias para impulsar la actividad comercial y gerencial de la farmacia. Tendrá una parte teórica, donde los asistentes recibirán una base de conceptos formativos para aplicar a su propia farmacia, y además se realizarán 3 sesiones prácticas e individualizadas de asesoramiento.

¿Cree que la innovación tecnológica es necesaria en las oficinas de farmacia para facilitar su reactivación comercial?

Será condición necesaria, pero no suficiente. El motivo es que la tecnología nunca aportará el resultado que promete hasta que no adoptemos el cambio necesario en la forma de pensar, hacer y sentir el negocio para cerrar su propia brecha y poder poner la tecnología al servicio de la oficina de farmacia para explotarla y desarrollarla sin límites de cara a futuro.



Las farmacias de Castilla y León, un eslabón relevante en la cadena de detección del VIH



El Consejo de Colegios de Farmacéuticos de Castilla y León (Concyl) ha hecho un balance desde que se empezara a realizar en las farmacias de la región las primeras pruebas de VIH/SIDA. En total, 9.334 han sido las pruebas realizadas, de las cuales 112 habrían resultado posibles positivos.

El programa incorpora una cadena de protocolos sanitarios que el farmacéutico pone en marcha cuando un paciente así lo requiere. Tras detectarse un posible positivo en la farmacia, explican que “ese ciudadano recibirá, si así lo de-

sea, asesoramiento pormenorizado sobre los recursos disponibles en materia de VIH y se derivará al sistema sanitario”.

La información recogida por el farmacéutico tiene un gran valor sanitario: los motivos que llevan a los pacientes a realizarse la prueba, su género, cuáles son las prácticas de riesgo... Todas estas respuestas serán clave para que las autoridades sanitarias puedan trabajar en futuros planes de detección y prevención de la enfermedad.

El COF de Ourense, contra la violencia de género

A través de un convenio de colaboración suscrito con la Secretaría Xeral Técnica de la Consellería de Sanidade, el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Ourense ha promovido una serie de charlas informativas dirigida a sus profesionales para ayudarles a identificar, desde la oficina de farmacia, casos de violencia de género.

Bajo el título ‘Detección y actuación en casos de violencia de género en la Farmacia’, esta iniciativa ha recorrido varios

puntos de la provincia de Ourense. Las charlas, impartidas por la psicóloga Lorena Álvarez, han abordado las diferentes formas de violencia contra las mujeres que existen y ayudará a identificarlas.

También se ha tratado la salud con perspectiva de género, analizando la forma en cómo la violencia afecta a la salud”, ha destacado el presidente del COF de Ourense, Santiago Leyes Vence.



Prueba piloto en Girona para vacunar de la gripe en las farmacias

El Departamento de Salud de Cataluña, junto al Colegio de Farmacéuticos de Girona, ha creado una prueba piloto para administrar la vacuna contra la gripe en las farmacias de la provincia. El objetivo es mejorar la cobertura de la campaña antigripal. En un principio, serán 42 farmacias las que podrán realizar esta campaña.

Esta acción se lleva a cabo, sobre todo, para promover la vacunación de la gri-

pe entre las personas que forman parte de los grupos de riesgo: embarazadas, pacientes con dolencia crónica y personas de más de 60 años. Cada oficina llevará una agenda específica para facilitar la tarea al personal de enfermería de los CAP, que se desplazará durante unas horas en días concertados previamente.





Positividad ante la transformación digital

El tour Inspiring Cofares se detuvo en Plasencia (Cáceres) en su undécima parada y lo hizo con la participación de Pilar Jericó, empresaria, escritora y conferenciante.

Sin duda, la palabra más repetida de la velada fue "cambio" y Jericó compartió, con los asistentes, su receta para enfrentarse a él: "Aprender de una forma más amable" ante los retos. "Si no tenemos la mentalidad que ayuda a ver la parte positiva de

la transformación digital, por mucho que invirtamos en tecnología, no vamos a sacarle todo el partido".

Este ciclo de conferencias, en el que participan referentes del mundo de la tecnología, la empresa o la filosofía positiva, ha sido la mejor fórmula del Grupo para acercarse a los asociados de todo el país, para compartir experiencias con ellos y celebrar los 75 años de la Cooperativa.



↑ Emilio Martínez, Pilar Jericó, Eduardo Pastor y Rosa Martínez.

Una oda al tiempo

Así se llama el espectáculo con el que María Pagés Compañía puso el broche final a las celebraciones del 75º Aniversario del Grupo Cofares, el pasado 27 de diciembre. Los socios andaluces pudieron disfrutar de esta coreografía flamenca sobre lo efímero, la permanencia y la eternidad. Para María Pagés, la tradición ha sido desde siempre "su fuente y su ágora".



Premio a los tutores de prácticas de las facultades de Farmacia de Madrid

La cooperativa ha celebrado en la Universidad Complutense de Madrid el primer 'Acto de reconocimiento a los farmacéuticos Tutores de Prácticas Tuteladas' y ha hecho entrega de los premios 'Tutor Destacado' y 'Erasmus Excelente' a las facultades de farmacia de la Comunidad de Madrid.

El acto ha contado con la participación de Eduardo Pastor, presidente del Grupo Cofares; Carmen Peña, presidenta saliente de la Federación Internacional de Farmacia (FIP); Luis González, presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid; y los rectores y decanos de las universidades de Alcalá, San Pa-

blo CEU, Alfonso X, Francisco de Vitoria, Universidad Europea y Complutense.

Pastor quiso recordar, durante su intervención, la importante labor que llevan a cabo los tutores de prácticas de la titulación de farmacia, una profesión "vocacional y apasionante", y ha apuntado que el reconocimiento es la mejor manera de darles visibilidad. "Su generosidad es clave para que los alumnos del último curso de Farmacia puedan poner en práctica todo el aprendizaje acumulado durante su formación. Garantizan su integración en la oficina de farmacia transmitiendo su experiencia y conocimiento", aseguró.



Seminario sobre el impacto ambiental en la salud

Eduardo Pastor, presidente del Grupo Cofares, formó parte del acto de inauguración del seminario 'La Evaluación del Impacto Ambiental sobre la Salud en España y en Europa. Perspectivas de futuro', impulsado por la Cátedra Cofares-Universidad Complutense de Madrid y celebrado en el aula Cofares de la Facultad de Farmacia de dicha universidad. El objetivo principal del

acto fue asesorar en la toma de decisiones para maximizar los efectos positivos en salud y reducir considerablemente los negativos.

Entre otros temas, la jornada pretendía dar luz sobre la necesidad de realizar Evaluaciones de Impacto Ambiental (EIA), un procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, evaluar y describir los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado.

Pastor ha querido transmitir su preocupación sobre la salubridad y las condiciones de vida, asuntos, ha dicho: "De plena actualidad y que merecen esfuerzos conjuntos". Además, ha definido a la Evaluación Ambiental como "el paso necesario para desarrollar planes y programas concretos que benefician a la sociedad".



Cofares abre sus almacenes a los estudiantes

Los estudiantes de farmacia de Galicia y Valencia han podido conocer de primera mano el corazón de la logística y distribución farmacéutica de la cooperativa. El Grupo Cofares ha abierto las puertas de sus almacenes en Betanzos (La Coruña) y en Valencia.



Cofares y la industria farmacéutica estrechan lazos

Más de 200 laboratorios farmacéuticos se han reunido en Barcelona para escuchar el nuevo plan estratégico de Cofares como grupo de salud, dispuesto a mantener relaciones directas con todos los agentes del sector, situando al paciente y a la farmacia en el centro del nuevo modelo de negocio.



Con este encuentro, la cooperativa ha buscado establecer una relación de colaboración activa con la industria, en la que ambos trabajen conjuntamente en la implementación de campañas y acciones de salud, así como en los servicios dirigidos al paciente.

De este modo, durante la jornada se ha insistido en el objetivo de Cofares de convertirse en puente entre los laboratorios y los pacientes, lo que requiere de modelos de planificación colaborativa, conjunta y predictiva en los que se establezcan objetivos comunes en la consecución de la estrategia comercial.

“Creemos que es cada vez más importante conocer las decisiones de salud de los usuarios de la farmacia

y pacientes. De esa escucha activa surge el nuevo enfoque de la cooperativa, dejando de ser solo un operador logístico para convertirse en una compañía de servicios”, ha añadido Pastor durante el encuentro.

La jornada ha servido para poner en valor el potencial de la cooperativa como empresa sanitaria más grande de España, su amplio conocimiento y su capacidad analítica del usuario de la farmacia para mejorar la relación con el paciente. Así, el Grupo Cofares se ha dirigido a la industria con la intención de convertirse en el socio de referencia y mejorar conjuntamente su capacidad de influencia en el futuro.



EDUARDO PASTOR
Queremos ser el nexo que conecte los servicios de salud del paciente con aquellos partners que quieran participar, a través de las farmacias. En este nuevo enfoque, queremos hacer partícipe a la industria de un plan estratégico valiente y disruptivo que acompañará al Cofares del futuro.



JOSÉ LUIS SANZ
Las farmacias del futuro deben envolver el producto en servicios al paciente y al cliente para poder subsistir, y ahí Cofares juega un papel relevante. Tenemos la obligación de ayudarles a recorrer el camino.



Los PILARES del Cofares del futuro



MIGUEL POBLET
nuevo director del Área Estratégica de Farmacia

Miguel Poblet ha asumido la dirección de Farmacia del grupo Cofares y la posición como nuevo miembro del Comité Ejecutivo. Poblet liderará un área cuyo objetivo principal es llevar la innovación y crear estrategias compartidas con la industria farmacéutica, el principal partner de Cofares.



Estas apps te ayudarán a dejar de fumar

La tecnología tiene un montón de ventajas y nos ofrece nuevas posibilidades para cumplir nuestras metas. Si el objetivo propuesto con el inicio del año es librarse del tabaco, existen aplicaciones que pueden ayudar a rastrear el consumo, los hábitos o los momentos de más debilidad para facilitar el proceso.

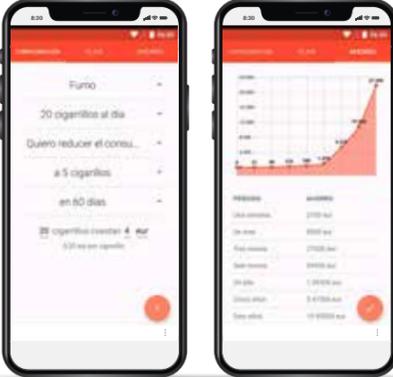
El tabaquismo es una adicción a la nicotina del tabaco. Se considera fumador a quien ha fumado al menos 100 cigarrillos en su vida y actualmente fuma todos o algunos días. Abandonar la adicción al tabaco en un proceso largo y el móvil puede convertirse en un aliado para lograr los objetivos.



Respirapp

App oficial de la Asociación Española contra el cáncer (AECC) que pretende ser un acompañamiento en el proceso de dejarlo. Además, lo divide en fases para que vayas superándolas más fácilmente y, al final de cada una de ellas, te da una medalla para dejar claro que vas superando pasos importantes.

Dejar de fumar poco a poco



Es una app interactiva que te pregunta por tus hábitos tabáquicos. Cada vez que fumes un cigarrillo debes indicarlo y la app te establecerá el horario del siguiente. Así, separando poco a poco el tiempo entre cigarrillo y cigarrillo, será más fácil dejarlo.

Smoke Fee



Te ayuda a motivarte mandándote avisos y dándote información valiosa. También te propone misiones diarias que ir superando. Además, con el tiempo, te ofrece datos tan interesantes como la cantidad de dinero que has ahorrado desde que fumas menos o desde que los has dejado.

iCoach



Introduce tus datos para que te diga en qué fase te encuentras y te acompañe durante todo el proceso. Incluye sistema de recompensas y juegos de memorias, detecta tus catalizadores y contabiliza los cigarrillos que fumas y lo que ahorras evitándolo.

¿Está una farmacia preparada para el e-commerce?

Uno de los aspectos más importantes de la adaptación a la transformación digital es la venta de productos a través de Internet, una realidad de la que no escapan las oficinas de farmacia. El cliente *online* exige disponer del producto en su domicilio lo antes posible.

Ante ello, surge la duda de si estas se encuentran preparadas a nivel individual para dar el salto al e-commerce.

Lanzar una tienda *online* propia conlleva una serie de esfuerzos y conocimientos necesarios que puede suponer una importante barrera para el farmacéutico comunitario que, de pronto, se encuentra ante la necesidad de realizar una importante inversión económica y de tiempo para lograr satisfacer las necesidades del cliente *online*.



El cliente *online* exige disponer del producto en su domicilio lo antes posible.

Cabe destacar que mantener una tienda digital conlleva un trabajo de dimensiones similares al de la gestión de una oficina de farmacia, ya que tanto el servicio como la gestión y la administración del *stock* deben cumplir los mismos estándares de calidad y profesionalidad para que la imagen digital de la botica esté al mismo nivel de la oficina física. De este modo, el volumen de trabajo de la farmacia se multiplica por dos, con la consiguiente necesidad de ampliar el equipo.

Y es que el cliente *online* no solo busca el mejor precio, sino que en su experiencia de compra exige también poder disponer del producto en su domicilio lo antes posible, lo que implica además de agilidad en la preparación y envío de los productos, la máxima garantía de que estos van a llegar a tiempo y en perfectas condiciones.

Por supuesto, no hay que dejar de lado toda la parte tecnológica, en la que se encuentra el diseño y programación de la página web, que incluye el desarrollo de la tienda *online*, su alojamiento y mantenimiento técnico; la integración y uso de un software ERP (Enterprise Resource Planning) para la gestión de pedidos, facturación, contabilidad, logística y transporte; y el desarrollo de una estrategia y campaña de marketing *online* (SEO y SEM), *social media* y analítica web, que permita darnos a conocer y posicionarnos frente a todos los competidores.

Ante ello y dado el volumen de tiempo y conocimientos necesarios para abordar todas estas tareas de forma eficaz, la mejor opción es subcontratar toda la parte tecnológica a expertos en la materia, teniendo en cuenta que esta opción conlleva una impor-

tante inversión económica de partida.

Teniendo en cuenta todos estos puntos y la presencia de grandes competidores *online* a los que no resulta fácil hacer frente desde una pequeña tienda digital, una alternativa que puede resultar más eficaz es la unión de todas las farmacias en una única plataforma común que permita aunar esfuerzos, disminuir gastos y agilizar gestiones, siempre con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente.

Mantener una tienda digital conlleva un trabajo de dimensiones similares al de la gestión de una oficina de farmacia."



Nuevo cuadro de mandos 4DB de gestión de la oficina de farmacia

Cofares Servicios, en su afán por ofrecer las mejores soluciones, ha lanzado el nuevo cuadro de mandos 4DB, una herramienta tecnológica que permite a la farmacia acceder de una manera más ágil y dinámica a los indicadores más importantes de la farmacia.

Con este despliegue, Cofares avanza en el proceso de digitalización de la gestión de la farmacia, ofreciendo un servicio que aporta una visión más completa de la actividad de su negocio mediante un acceso periódico a información valiosa y actualizada, que le permitirá una rápida toma de decisiones.

Este servicio estará disponible para todas las farmacias adheridas al modelo Nexo y para aquellas que hayan contratado el servicio de Consultoría Basic o Premium.

En una primera versión, la farmacia podrá:

- Comprobar la evolución global de su negocio.
- Realizar un seguimiento de los pesos de parafarmacia vs. Receta.
- Profundizar en las familias, subfamilias y productos del área de parafarmacia y EFP.

Además, incorpora una plataforma de *pricing*, que analizará 600 referencias de alta rotación de parafarmacia en diferentes canales y las comparará con el precio ofrecido en su propia farmacia.

El compromiso de Cofares es continuar mejorando esta herramienta para convertirla en un elemento de gestión imprescindible en el día a día de la farmacia, ayudándola a



identificar los factores clave que influyen en su actividad para así establecer estrategias de mejora. En una versión más avanzada el cuadro de mandos 4DB irá incorporando nuevas funcionalidades, con el objetivo de recoger en un único lugar y de manera muy intuitiva todos los indicadores necesarios para optimizar las operaciones de la farmacia: rotación de *stocks*, gestión de compras, mejora del ticket medio, análisis de empleados, etc.

Además, el cuadro de mandos 4DB, integra en Farmanager todas las funcionalidades del Plan Optimiza Cofares, que incluye catálogo personalizado por farmacia, matriz de almacenes, albarán electrónico y

módulo de ventas cruzadas.

Combinando estas dos herramientas, la farmacia impulsará su área de gestión de parafarmacia implementando dinámicas efectivas de trabajo y logrando así mejorar significativamente sus resultados.

“Cofares avanza en el proceso de digitalización de la gestión de la farmacia, ofreciendo un servicio que aporta una visión más completa de la actividad de su negocio.”

Juan Carlos Sanz de Blas

Propósito de año nuevo: diseñar un plan estratégico en la farmacia

Empieza un nuevo año y para la farmacia es una hoja en blanco sobre la que plantearse nuevas metas y retos. Para poder marcar unos objetivos alcanzables que impliquen un cambio y crecimiento debemos seguir algunas pautas que se exponen a continuación:

En este artículo vamos a resolver las principales dudas sobre la dispensación en la oficina de farmacia, tanto de medicamentos veterinarios, como de aquellos de uso humano que van a ser usados en animales.

Conocer cuál es su punto de partida

Para ello es esencial tener datos ciertos sobre la situación de la farmacia. Nunca es un buen punto de partida la percepción o sensaciones que se tienen, ya que estas pueden ser más o menos acertadas. **Gestionar la farmacia basándose en impresiones suele llevar a tomar decisiones improvisadas que no conducen a buenos resultados.**

Algunas farmacias optan por trabajar con un asesor o colaborador que ayuda en la toma de decisiones y a marcar objetivos. Sin embargo, las decisiones que se tomen hay que bajarlas a la realidad y llevarlas al día a día de la farmacia.

Decidir a dónde se quiere llegar

Visualizar dónde se desea que la farmacia esté dentro de un año y cuál es el objetivo que se quiere alcanzar. Estos objetivos tienen que estar claros y deben ser alcanzables. **Debemos ser realistas** con el propósito marcado.

Analizar, tomar decisiones y planificar las acciones

Para alcanzar las metas que nos hemos propuesto anteriormente, debemos poner en marcha los planes diseñados, supervisando y volviendo a analizar los resultados que van ofreciendo dichos

planes. Si fuera preciso se realizarán los cambios necesarios para reconducir la línea de trabajo con el fin de obtener el efecto deseado. Debemos establecer los recursos que se precisan: coste, tiempo que hay que dedicar, estrategia a seguir, comunicación con el cliente, etc.

Perseguir el objetivo con coherencia

El plan de trabajo puesto en marcha tiene que contar con puntos establecidos de análisis de resultado que permitan evaluar la consecución del objetivo que se persigue y reconducir, si fuera necesario, la estrategia a seguir para alcanzarlo.

Toda esta tarea de pensar, diseñar, perseguir y mejorar una línea de trabajo orientada a unos objetivos requiere ir acompañada de una herramienta que facilite esta labor al farmacéutico.

Óscar Ortega

Para que la farmacia pueda diseñar una estrategia efectiva necesita disponer de un software de gestión que aporte la información precisa de forma rápida.

Farmanager, la solución diseñada y distribuida por Cofares, permite al farmacéutico obtener toda la información necesaria para crear un plan estratégico y analizar su evolución. El *dashboard* de Farmanager permite a la farmacia analizar todos los datos de compras, ventas, histórico y gestión del surtido, categorías y situación con respecto al mercado. También permite marcar un objetivo de crecimiento y analizar su consecución.

Para más información de Farmanager, visite la web de Cofares o escribanos a través de comunicacion@farmanager.es



ACUERDO ENTRE COFARES Y LABELGRUP NETWORKS

El Grupo Cofares, cooperativa líder de la distribución farmacéutica, ha firmado con Labelgrup Networks una nueva alianza tecnológica para el desarrollo, comercialización y mantenimiento en Cataluña de Farmanager. Mediante este acuerdo incorpora a su cartera 250 ERPs (Enterprise Resource Planning).



Farline cierra 2019 como líder del mercado

Farline continúa su crecimiento y en noviembre de 2019 ya se posicionó como líder del mercado de marca propia de distribución en farmacias.



Gracias a la confianza que los socios de Cofares depositan en las marcas propias de la cooperativa, Farline ha continuado encabezando durante 2019 el crecimiento del mercado de las marcas propias de distribuidor, con un incremento acumulado del 17%, hasta posicionarse en el 38,7% (datos sell-out IQVIA nov-19). De este modo ha alcanzado el liderato en este mercado y ha superado en 1,8 puntos a la, hasta ahora, primera marca en este mercado, Acofar.

Este dato supone un gran hito y nos hace alcanzar con antelación el objetivo que estaba marcado en el Plan Estratégico 2019-2021 de Cofares, convertir a Farline en líder de marcas propias del sector Salud.

La apuesta ha sido clara: durante estos últimos años se han implementado mejoras muy potentes en calidad, imagen y precio en todas las categorías y hemos podido ofrecer a los farmacéuticos productos de

las más demandadas, permitiéndoles ofrecer siempre alternativas a los productos líderes con la mejor rentabilidad y beneficio.

Farline se ha centrado, por un lado, en captar la atención del consumidor final a través de un diseño de *packaging* que transmita sencillez, limpieza y elegancia y, por otro lado, en ser un producto de relación calidad-precio excelente. Todo ello, con la pasión que ponemos en el desarrollo de los productos, que se orienta a facilitar a toda la población el acceso a cuidados de salud y belleza, y que no sea solo restringido a consumidores de alto poder adquisitivo.

Los desarrollos de Farline nacen siempre con esta condición porque, como marca, pretendemos dar cuidados de calidad para que cualquier oficina de farmacia urbana o rural del Grupo Cofares pueda tener una oferta de productos muy amplia y asequible a todos sus clientes. Estos son nuestros principios de desa-

rollo, siempre orientados a dar una oferta de productos amplia que sea capaz de dar el máximo de soluciones a las farmacias y al consumidor final, para que le anime a viajar a través de la marca por el extenso catálogo de más de 800 referencias y consigamos de esta forma fidelizarle cada día en nuevas categorías.

Este éxito, además, pasa por aportar a la farmacia adecuados y atractivos materiales de promoción, expositores y *displays* que le permitan destacar y hacer más visibles y llamativos los productos, lo que finalmente le ayudará siempre a incrementar su *sell-out*.

Con este mismo objetivo, desarrollamos en todos los ciclos productos y packs promocionales para situar en los lineales, mostrador y puntos calientes de la farmacia. También creamos promociones con precios marcados, que resultan muy atractivos para el consumidor, y consiguen una alta rotación.



Éxitos de venta Farline:

- Los nuevos labiales de colores **Strawberry Sorbet** y **Cherry Passion** Farline
- Las mascarillas faciales **Carbon-Mask**, **Hydra-Filler Mask** y **GlowMask**
- La renovación de toda la **gama de geles y jabones de manos** Farline, incorporando jabones en espuma con agradable olor a vainilla o frutos del bosque



La farmacia sigue siendo clave en el éxito, gracias a su recomendación y consejo farmacéutico en el punto de venta. Tiene una gran oportunidad de trabajar este asesoramiento farmacéutico que pone en valor los productos, especialmente en el sector de la dermatocósmica. Pero también en otros campos de gran auge y crecimiento, como los productos para el cuidado y la higiene ocular, dispositivos de diagnóstico y autocuidado, o productos para el

cuidado relacionados con la práctica deportiva. Farline ofrece productos para trabajar todas estas categorías con Farline, Farline Óptica, Aposan Dispositivos, Farline Activity, etc.

Pero aquí no acaba todo y a lo largo de este nuevo año abordaremos nuevas categorías para ampliar el abanico de posibilidades de Farline. Para 2020, continuaremos trabajando para seguir ofreciendo las mejores ventajas a las farmacias y para consolidar

la posición de líderes de mercado. Y la pasión seguirá siendo el motor que impulse a seguir ofreciendo a las farmacias las mejores soluciones en el máximo número de categorías.

Cristina López Cobollo



El sector farmacológico de pequeños animales crece un 9%

Las cifras confirman el alto dinamismo en el que se halla el mercado de medicamentos para mascotas.

El mercado farmacológico de animales de compañía está creciendo a pasos agigantados, tal y como se vaticinaba por los cambios que están afectando al sector, así como por el crecimiento del censo en mascotas y la mayor preocupación por su salud. Así lo indica el dossier Semestral petSelloutInfo, presentado por vetEvidence.

A finales de junio de 2019, el mercado total de medicamentos de animales de compañía suponía 178 millones de euros en venta *sell out* (es decir, de distribuidor a *retail*). Esta cifra supone un 9% más respecto al ejercicio anterior (enero-junio 2018), cuando fue de unos 162 millones de euros, manteniéndose así la tendencia creciente que ya se observó en 2017 cuando el aumento fue del 6.2%.

Según el último informe, así se reparte la facturación en la primera mitad de este año en curso:

TIPO DE PRODUCTO	% FACTURACIÓN
ANTIPARASITARIOS EXTERNOS	38%
FARMACOLÓGICOS	24%
BIOLÓGICOS	11%
ANTIINFECCIOSOS	10%
NUTRACÉUTICOS	7%
ANTIPARASITARIOS INTERNOS	6%
TÓPICOS	3%
DIAGNÓSTICOS	1%



No hay que pasar por alto la coyuntura económica actual y las perspectivas que se proyectan. Aun así, el estimulante cierre de 2018 nos permite tener una visión optimista.

Desde vetEvidence valoraron el crecimiento de 2018 como muy significativo, teniendo en cuenta diversos factores que lo condicionaron, como puede ser una climatología adversa o los im-

portantes movimientos de reconversión empresarial que está viviendo el sector. Asimismo, hay que tener en cuenta que el balance de las ventas en los años precedentes alcanzó registros muy importantes.

Laura Menéndez Marín



CONSEJO FARMAVET ¿Pueden acceder las mascotas a mi farmacia?

Por lo general, el acceso de mascotas a una farmacia está permitido bajo criterio del titular, salvo en el caso de perros guía, y siempre y cuando vayan atados. Sin embargo, la normativa depende de la ordenanza de cada municipio y se puede consultar llamando al servicio de atención al ciudadano (010). Desde Cofares, recomendamos que, si eres una farmacia *pet friendly*, lo indiques en la entrada para que todos los que accedan estén informados. Si ese no fuera el caso, muchos socios han optado por apostar por una zona "aquí espero" para que los mejores amigos de tus clientes tengan un sitio seguro donde aguardar fuera del establecimiento.



Cofares lanza Aposán Dynamic



Es la solución dinámica y completa para disfrutar de una vida activa.

El grupo Cofares, a través de su marca propia Aposán, lanza Aposán Dynamic, una nueva gama de ortesis elásticas y dinámicas que responde a las tendencias que la sociedad demanda frente a los problemas físicos y que permite disfrutar de una vida activa en cualquier ámbito de uso diario, laboral o deportivo. Estos productos han sido diseñados para prevenir, tratar y rehabilitar lesiones musculares y/o articulares y, para conocerlos mejor, hemos hablado con José María Gómez-Arostegui, director de Marcas Propias de Cofares.

¿Qué supone este lanzamiento para Cofares?

Desde la compañía pretendemos ayudar a la farmacia poniendo a su alcance productos avanzados tanto en materiales como en diseño y que, siendo de alta calidad, sean asequibles para el paciente. Con esta línea de productos, Cofares vuelve a dar señas de su identidad como cooperativa dando la oportunidad a todos sus socios, estén donde estén, de acceder fácilmente a una categoría con una excelente relación calidad /precio y un diseño atractivo, que les permite diferenciarse de otras farmacias y canales externos.

¿En qué se caracteriza esta línea de producto?

La nueva gama Aposán Dynamic es de talla única, adaptación sencilla y fácil usabilidad. Está confeccionada con un tejido tricapa de elasticidad uniforme, extremadamente transpirable y compresión tridimensional que aporta una compresión máxima y alto confort.

¿En qué se pueden beneficiar los pacientes al usar Aposán Dynamic? ¿Y las farmacias?

Los principales beneficios para el paciente son tres. En primer lugar, Aposán Dynamic aporta sujeción, dado que contiene las partes afectadas para una óptima recuperación. En segundo, estabilización, porque transmite sensación de seguridad a la articulación y protege los segmentos articulares. Y, por último, inmovilización para una más rápida curación de la lesión o dolencia.

A la farmacia le aporta valores a la hora de recomendar confianza y seguridad, ya que los productos de Aposán Dyna-

mic son de alta calidad a precio muy competitivo. Queremos que el farmacéutico refuerce su vínculo con el paciente al solucionarle su problema o dolencia.

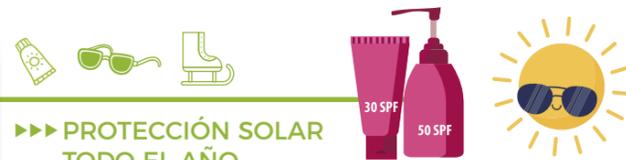
¿Qué diferencia a Aposán Dynamic de otros productos de ortesis del mercado?

Por un lado está la compresión tridimensional que mejora la adaptación y ajuste a la morfología del paciente, evitando además la aparición de edemas y acumulación de líquidos. También destacan la tecnología y el diseño en sus materiales y tejidos, todos certificados y bajo el cumplimiento estricto de las normativas europeas sanitarias, con etiqueta ecológica textil, ausencia de sustancias nocivas y máxima seguridad y comodidad. Por último, cabe destacar su fácil adaptación y ajuste, que siempre debe llevarse a cabo bajo la supervisión del farmacéutico, facultativo o técnico ortopédico para que el producto se adapte perfectamente y de manera individual a cada paciente.



LO MÁS DESTACADO EN LA RED

LO + VIRAL
del Blog de Cofares
<https://blog.cofares.es>



►►► PROTECCIÓN SOLAR TODO EL AÑO

Referentes del sector recuerdan la importancia de usar SPF 50+ en invierno.

- <https://www.instagram.com>
- <https://www.correofarmaceutico.com>
- <https://www.consalud.es>



EL CAMBIO CLIMÁTICO AFECTA A LA SALUD

Debate en la red para tomar conciencia con el cambio climático.

- <https://www.efesalud.com>
- <https://www.mujerhoy.com>
- <https://www.infobae.com>
- <https://www.elblogdepills.com>



LO + VIRAL
EL CAMBIO CLIMÁTICO AFECTA A LA SALUD DEBATE EN LA RED PARA TOMAR CONCIENCIA CON EL CAMBIO CLIMÁTICO.



►►► TIENDA DE FARMACIA ONLINE

El e-commerce: el gran reto para el sector farmacéutico.

- <https://www.correofarmaceutico.com>
- <https://issuu.com/mundofarmaceutico>
- <https://www.cmasapp.cl>



CÓMO CONTROLAR LOS EXCESOS EN FIESTAS

Perfiles referentes en el sector publican consejos y recomendaciones.

- <https://www.instagram.com/boticariagarca>
- <https://www.instagram.com/carlosriosq>



LO + VIRAL
CÓMO CONTROLAR LOS EXCESOS EN FIESTAS PERFILES REFERENTES EN EL SECTOR PUBLICAN CONSEJOS Y RECOMENDACIONES.

IN MEMORIAM Urbano Moreno

El fallecimiento de Urbano me cogió por sorpresa. No lo podía creer. Félix Martínez me llamó ese sábado por la mañana para comunicármelo. Era cierto que estaba delicado de salud y que en los últimos años esta no mejoraba lo suficiente. Pero dos meses antes, en un almuerzo, le encontré mejor de lo que le había visto las últimas veces. Es verdad que hablaba bajito, despacito, que decía que a veces se le iban las ideas, pero cuando la conversación avanzaba, entendías claramente que ahí había una parte de escenificación.

Conocí a Urbano en el año 1981. Compré una farmacia en Getafe y Manuel Domínguez, boticario de la ciudad, me lo presentó en la barra de un bar. Se sorprendió de que fuera farmacéutico porque, hasta que se enteró en esa conversación, hablábamos de política y en general de cosas que nada tenían que ver con la profesión. Cuando se dio cuenta de que era compañero, su vena hipercrítica se encendió y allí ardió Troya.

Era una catarata de palabras e ideas reivindicativas de lo que por entonces era nuestra profesión. Con el transcurso de los años esa sintonía no cambió. Era un hombre bueno, decente, que tenía un sentido de la amistad tierno, pero que casi nunca daba la razón en la conversación porque tenía sus ideas, y estas para él eran lo primordial. Pero luego te dabas cuenta de que sí escuchaba, porque asimilaba aquellas cosas que le interesaban de su interlocutor y las practicaba.

Era un cofarista convencido, siempre apoyó el proyecto empresarial que significaba Cofares. Por ello, en el año 2005 le animé a participar como interventor del Consejo Rector en el momento en el que asumí la presidencia de la Cooperativa.

Estuvo tres años en el desempeño de ese cargo y con él no podía haber bromas. Estaba tan pegado al terreno que incluso cuando alguien en el transcurso del consejo utilizaba algún anglicismo lo afeaba inmediatamente aduciendo que eso también se podía decir en español. Era inútil decirle que en términos económicos esos anglicismos estaban comúnmente aceptados. Pero así era el, convencido de lo que decía y de lo que hacía, aunque alguien le indicase que había una alternativa mejor.

Fundé con él una peña que se sigue reuniendo todos los lunes por la noche aunque él ya no asistía. Empezamos en el año 2000 y ahí sigue. Yo creo que en los últimos tiempos no venía, más que por su espíritu, por su falta de movilidad funcional. Él no quería que se le viese así.

Comprometido con sus hijos, siempre preocupado de ellos, aun sabiendo que no les faltaba de nada, se sentía en la obligación de ayudarles, porque él creía profundamente en la familia.

Durante unos años su escenario vital cambió, recuperó sensaciones que creía haber perdido.

Pero con un ser tan contradictorio, hacer apuestas sobre su futuro era complicado. Serio y a la vez divertido. Cariñoso en sus afectos hasta la ternura. Riguroso en su comportamiento, enormemente sincero. Era la síntesis de un hombre bueno.

Vendió su farmacia y se retiró del ejercicio profesional. Sus amigos le dijimos que eso era una equivocación. Él era un boticario de pueblo, ese era su espíritu y esa su condición y en ese entorno era feliz. A partir de ese momento vivió una nueva realidad, que él colmó con afectos, a sus hijos y a sus amigos.

He sentido enormemente su pérdida. Empezó formando parte de mi vida profesional y luego de la personal, en una difícil transición que, en mi caso, no se ha producido en muchas ocasiones.

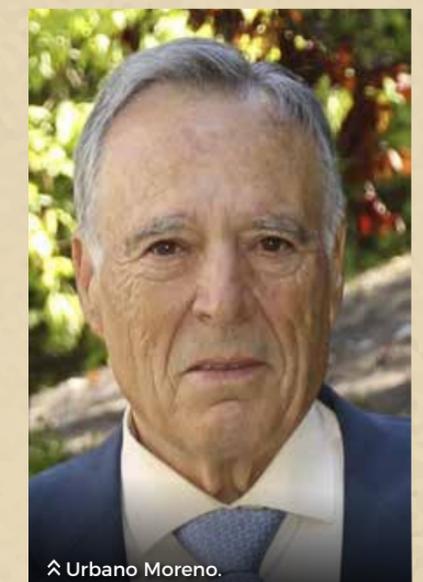
Aunque retirado de la vida social, tenía muy buenos amigos que, como yo, vamos a tener un vacío existencial al faltarnos.

Donde esté, seguro será un buen sitio, porque era un hombre que priorizaba ante todo sus valores. Con quien esté, tendrá esa sonrisa socarrona de no creerse nada, que le acompañó durante toda su existencia.

Fuiste un referente en vida, de cómo la humildad y el talento se pueden conjugar en un ejercicio de sencillez. Ahora que te has ido, tu ejemplo se agranda como lo que has sido, un ser humano con mayúsculas.

Hasta siempre, Urbano.

Carlos González Bosch



Urbano Moreno.

Situación del mercado, desafíos y oportunidades

Hemos despedido un 2019 que deja una fotografía insípida en el sector de las farmacias en España. En cifras agregadas, según datos de las dos principales consultoras de mercado, 22.000 farmacias han facturado 20.019 millones de euros, un incremento del 2,2%. De ellos, algo más del 55% corresponde a la factura de la Seguridad Social y el resto, a la actividad privada. Otro desglose de la facturación a tener en cuenta es que el 70% corresponde a medicamentos éticos (marca y genérico) y el 30%, a la categoría de autocuidado (incluye medicamentos publicitarios y resto de categorías).

Pero en estas cifras nada se intuye de la creciente desigualdad económica que se sigue generando entre farmacias que tienen potencial comercial y aquellas que, principalmente por su ubicación, no lo tienen. Y ello se debe a que el encorsetamiento profesional al que las administraciones someten a la farmacia deja muy expuesto a quien no tiene otras maneras de retribuir su trabajo y su empresa. Nos referimos a todas las farmacias que son rurales o suburbanas, capilares, pequeñas, que vertebran y son las que hacen cierta la afirmación de que tenemos la farmacia y

los farmacéuticos de mayor proximidad física del mundo.

Para los farmacéuticos, la excelencia profesional solo se puede recompensar con un aumento del volumen de facturación al SNS y muchos son los obstáculos que se deben superar en este sentido. Entre ellos destacan la aplicación de Reales Decretos de deducciones progresivas por el volumen o el planteamiento de nuevos recortes progresivos también relacionados con la capacidad de gestión.

Tenemos los Reales Decretos (provisionales) con media democracia de antigüedad; limitaciones para servir residencias y para dispensar medicación que nos es propia (¡DHs sin cupón precinto!) todas en beneficio de la farmacia hospitalaria pública, o la obligación de trabajar guardias nocturnas sin ninguna compensación prevista.

A lo anterior hay que añadir el próximo obstáculo que ya está aquí: servicios de envío a domicilio de la medicación desde servicios de hospitales públicos, al igual que ya llevan años ofreciéndolos algunas aseguradoras de salud, mientras que a la farmacia se le limita trascender su propio mostrador.

Para FEFE, la situación es crítica, y se hace más necesario que nunca permitir a los farmacéuticos actividades que les son propias por formación y que en el resto de los países no extrañan. La farmacia debe transitar desde un establecimiento sanitario exclusivamente de producto hacia un centro sanitario con servicios accesibles de promoción de la salud, aunque no estén financiados públicamente. Todo ello sin conformarse y luchando ante el resto de los obstáculos expuestos: precios, guardias, descuentos, y demás.



Veterinaria
COFARES

Una gran oportunidad para tu farmacia



Catálogo Online

Con más de 2.000 artículos



Cubrimos el 98% de las Referencias



Facturación PVF con dto.



Servicios de Entrega
24/72 horas



Promociones Estacionales



Formación Especializada



Atención al Socio

☎ CORE 949 790 000

✉ veterinaria@cofares.es

Para más información:

Gestor Comercial
Delegado Comercial Farline

www.cofares.es

Material PLV*

Posiciona la categoría de veterinaria en tu farmacia



Mayor visibilidad para tu cliente

*Consultar con tu gestor

¿Quieres **impulsar las ventas de tu farmacia** con un nuevo **Plan Comercial**?
Tenemos la formación que necesitas.

Programa de Reactivación Comercial en la Oficina de Farmacia

Impartido por:  **HESIC**
BUSINESSMARKETINGSCHOOL

CONVOCATORIA ABIERTA
4 de febrero MADRID

16 de abril BARCELONA · 8 de septiembre MÁLAGA



¿Eres **mujer**? ¿Quieres **potenciar tus competencias y habilidades directivas**? Este es tu sitio.

Programa de Liderazgo Femenino en el Sector Farmacéutico

Impartido por:  **EOI** Escuela de
organización
industrial

CONVOCATORIA ABIERTA
11 de febrero MADRID

Solicita información a través del correo hola@educoplusacademy.com o llamando al **912 137 819**