Edicions MIC

Fefac

Març 2019 | Nº 12

Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya

fefac, la connexió que ens fa forts

Entrevista a Antoni Torres, president de FEFAC

Entrevista a Josep Lluís Pinyana, president de l'AFET

Fefac i Alliance Healthcare s'alien per millorar la gestió de la farmàcia

CetaFarma
COMPRAVENTA DE FARMACIAS

Para la compraventa de tu farmacia confía en CetaFarma, igual que tus clientes confían en ti.

En CetaFarma te ofrecemos el mejor asesoramiento a la hora de comprar, vender o traspasar tu farmacia. Por eso trabajamos teniendo muy presentes los tres principios que sustentan una relación de confianza: la dedicación, la información y la experiencia. Desde 1984 ayudando al farmacéutico .

CetaFarma
COMPRAVENTA DE FARMACIAS

Cita previa en el Tel: 902 090 813

08

20

22

30

SUMARI

4. Presentació
Fefac, la connexió que ens fa forts

6. Actualitat del sector

8. Actualitat FEFAC: Entrevista
Antoni Torres, president de FEFAC

10. Actualitat FEFAC

12. Actualitat FEFAC: Entrevista
Josep Lluís Pinyana, president de l'AFET

14. Semàfor del soci

15. Semàfor del soci: Entrevista
Vicenç J. Calduch, president de Fedefarma

16. Gestió: Projecte UNICOM
Fefac i Alliance s'alien per millorar la gestió de la farmàcia

20. Fefac a Infarma

22. Gestió: Dermocosmètica
Article elaborat per Mediformplus

24. Gestió: Assessor Respon
Afecta l'eliminació del geobloqueig als productes de parafarmàcia?

27. Gestió: Assessor Respon
Disposen els titulars de farmàcia de les taules salarials per al 2019?

28. Gestió: Professió
Poden els professionals de la salut potenciar la seva empatia?

30. RSC
'Frena el sol, frena el lupus'. Comunitats i ciutats participants

33. Farmàcia Internacional

38. Miscel·lània

FEFAC

Comissió de Comunicació
Antoni Torres
Ignasi Marcet
Marina Oriol
Xavier Robinat
Oscar Doñate
Carme Rigall
Dolores Rodríguez
Montse Corona
Núria Espona

Direcció i redacció
Laura Clavijo

Adjunta a redacció
Lucía Gallardo

Correcció
Oscar Doñate

Adjunta a producció
Montse Ruiz

Suport disseny
Kaminsky

Edita
Federació d'Associacions de
Farmàcies de Catalunya (FEFAC)

C/ Casanova, 84, Entr. 1a
08011 Barcelona
Tel. **93 323 24 22**
Fax. 93 454 61 77
www.fefac.cat
fefac@fefac.cat

Producció Editorial
Edicions MIC Tel. 93 799 07 07
www.revistesamida.cat

D.L B-17069-2015

FEFAC, LA CONNEXIÓ QUE ENS FA FORTS

El lector té entre les mans el número 12 de la Revista FEFAC, el primer d'aquest 2019 que comencem amb ganes i il·lusió, mirant al futur i amb l'agenda plena d'esdeveniments que volem compartir amb tu. La fita més important d'aquest any serà la celebració de l'aniversari de la Federació, quan es compleixen 30 anys de la constitució de la FEFAC, l'any 1989, i 40 de la celebració de la primera Junta Directiva de l'Associació de Farmàcies de Barcelona, l'any 1979.

En una de les seves primeres cartes adreçades als socis de Barcelona, el dia 9 de juliol de 1979, l'aleshores president Francesc de P. Massana deia: "La nostra associació, en un futur més o menys immediat, pot resoldre molts dels problemes que avui té el farmacèutic, i a la vegada plantejar, amb valentia, realisme i esperit progressiu, el nostre futur, harmonitzant un millor servei a la població i un millorament professional i econòmic. Per aconseguir aquests objectius, és totalment necessària la participació en la tasca a realitzar, de tots els que constituïm la nostra Associació".

Durant tots aquests anys, la unió dels socis ha estat la força i el motor que ha empès l'empresarial, portant-nos a superar els reptes, adaptar-nos al moment present i evolucionar cap al futur. Així ho creien els primers farmacèutics que van constituir la Federació i així ho seguim creient. Antoni Torres, actual president de FEFAC, ens recorda en una entrevista en aquest número que l'única manera de defensar exclusivament els interessos dels titulars d'oficina és associant-se i sumant forces, i Josep Lluís Pinyana, president de l'AFET, afegeix que les persones tenim criteris, maneres de fer i de ser diferentes que podem compartir estant col·lectivitzats.

"Fefac és la connexió que ens fa forts", i amb aquest lema participem a la 31ª edició d'Infarma 2019. Estarem presents a l'estand G-19 del Saló, on esperem als titulars d'oficina de farmàcia per oferir tota la informació que necessitin, per explicar en què estem treballant pel desenvolupament de la farmàcia i els serveis de FEFAC. Membres de les Juntes Directives de les quatre empresarials estaran presents per atendre als visitants. Podeu aprofitar que hi són per plantejar preguntes, realitzar suggeriments, traslladar les vostres opinions o per compartir qualsevol preocupació o inquietud que tingueu sobre l'oficina de farmàcia. Un dels valors del nostre estand és que els titulars podran conèixer de primera mà els serveis i productes per a la gestió de la farmàcia. Com en cada edició, els socis que s'acostin a l'estand podran participar en diferents sortejos. A més, tindrem un detall per als nostres associats i per a aquells que es mostrin interessats a conèixer la tasca de la Federació empresarial. Si us quedeu sense bateria, podeu carregar els vostres telèfons a l'estand, ja que oferirem servei de càrrega de mòbils.

Pel que fa al Congrés, el president de FEFAC, Antoni Torres, moderarà la taula "Com pot ajudar la distribució als reptes del comerç electrònic", en la que participen Vicenç. J. Calduch, president de Fedefarma; Carlos Coves, president d'Hefame; Eduardo Pastor, president de Cofares; i Javier Casas, director general d'Alliance Healthcare. El president de FEFAC també participarà com a ponent de la taula "PHB, una aposta segura per a la salut bucal a la farmàcia: #sonreíresfácil", moderada per Ana Culleré, vocal de Distribució del COF de Barcelona, amb els ponents Manel Vera, general manager de Laboratorios PHB, i Victòria Puig, category manager de Laboratorios PHB.

grupoHEFAME

El mejor servicio en tu farmacia

www.hefame.es

Glovo és la punta de l'iceberg, segons l'Administració

L'empresarial es mostra satisfeta davant qualsevol acció del Ministeri de Sanitat que ajudi a garantir que la població rep els seus medicaments en les millors condicions i que en fa un ús correcte.

La plataforma Glovo rebia l'any passat un requeriment de l'Agència Espanyola de Medicaments i Productes Sanitaris (Aemps) ordenant el cessament de la seva activitat, per entendre que aquesta no s'ajustava a la legislació vigent.
Glovo ha retirat la llista de productes i les fitxes dels medicaments, però a la seva web encara apareix la icona "Farmacia 24h" i es poden comprar medicaments. Quan es clica a "Farmacia 24 h" apareix la següent pregunta: "¿Qué necesitas?". d'aquest apartat i rebre'l en el lloc indicat.

Els usuaris encara poden adquirir medicaments a través de Glovo

Així ho va demostrar un assistent durant la Jornada del sector Farmàcies organitzada pel gabinet d'advocats Escura i la Fefac a finals d'any a Barcelona, mostrant un medicament que acabava de comprar a través de Glovo i que un missatger li va entregar a la porta del mateix hotel on s'estava celebrant l'acte. Davant d'aquesta situació, Manel Rabanal, cap de la Secció de Vigilància i Publicitat de Medicaments (Servei d'Ordenació i Qualitat Farmacèutiques del Departament de Salut), va dir que "Glovo no és un lloc web d'una oficina de farmàcia" i que a través de la seva plataforma "no s'hauria de poder demanar un medicament". Rabanal va afegir que si existeixen proves de què a través d'aquesta plataforma es venen medicaments i que, per tant, Glovo està desacatant l'ordre de l'Aemps, "cal realitzar un altre requeriment per posar fi a aquesta situació". Rabanal va explicar que Glovo és només "la punta de l'iceberg" i va citar noms d'altres plataformes de compra i venda de béns de consum que han intentat entrar en aquest mercat, com Wallapop, que publicava anuncis de medicaments a títol particular.
Antoni Torres, president de FEFAC, que va participar també en aquesta Jornada del sector Farmàcies, va deixar clar que, des de l'empresarial, es continuarà denunciant a plataformes com Glovo i aquelles accions contràries a la normativa vigent.

La normativa ho deixa clar

Qui pot vendre medicaments a distància?

La venda a distància de medicaments subjectes a prescripció mèdica està prohibida pel Reial Decret Legislatiu 1/2015, de 24 de juliol (article 3 apartat 5).
Pel que fa a la venda a distància de medicaments no subjectes a prescripció mèdica, està regulada pel Reial Decret 870/2103, de 8 de novembre, que diu que només pot realitzar-se a través de llocs web de farmàcies que compleixin les condicions recollides a l'article 3 d'aquest Reial Decret. Aquest especifica que només poden dur a terme la venda a distància de medicaments sense recepta a través de la web les farmàcies obertes al públic, legalment autoritzades, que hagin efectuat la comunicació d'aquesta activitat a l'òrgan competent de la seva comunitat.
L'apartat segon d'aquest article diu que la venda a través de la web de la farmàcia s'ha de fer amb intervenció d'un farmacèutic, previ assessorament personalitzat. I a l'apartat tres queda clar que la venda únicament pot realitzar-se directament des de la farmàcia responsable de la dispensació, sense intervenció d'intermediaris. A l'article 8 es recull que el nom del domini ha d'haver estat registrat pel titular de la farmàcia.

Transport del medicament

Les condicions es recullen a l'article 11, que diu que el subministrament dels medicaments des de la farmàcia dispensadora fins al domicili indicat per l'usuari és responsabilitat de la farmàcia. I concreta que si el transport es realitza a través d'un tercer, ha d'existir un contracte on s'estableixin les responsabilitats de les parts, les condicions del servei i les previsions exigides per la normativa de protecció de dades.

Actibios
Majorista Farmacèutic

Recolza't en Actibios en el teu dia a dia

Connecta la teva farmàcia a www.actibios.com i disposa de tots els productes de DIETÈTICA, HERBOLARI, COSMÈTICA NATURAL i PARAFARMÀCIA de més de 300 Laboratoris. Realitza fàcilment les comandes i rep-les en un màxim de 24 hores gratuïtament, sense cap mena de càrrec.

Actibios, per a tot el que et costa trobar i ho necessites ja!

DISPONIBILITAT I IMMEDIATESA
sense comanda mínima

BPD 15°C 25°C

30 años 1988 2018
al servei de la salut, naturalment

Contactan's:
clientes@actibios.com · www.actibios.com
932 660 300

Segueix-nos a:

ANTONI TORRES

President de la Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya (FEFAC)

"L'empresarial és l'única entitat que representa de forma exclusiva els interessos dels titulars"

Antoni Torres, president de Fefac, explica en aquesta entrevista els reptes que la farmàcia té per davant aquest 2019, fent balanç dels assumptes que han afectat el sector en els darrers anys, com els impagaments, amb la convicció que unint forces i treballant conjuntament la farmàcia serà capaç d'avançar i seguir garantint la salut i la seguretat del pacient.

Vols transmetre algun missatge als socis per a aquest 2019?
Aquest any tenim un repte important al davant, que és el tema de la directiva europea de verificació de medicaments. Es tracta d'un procés tecnològicament més complex que la implantació de l'euro. Estic convençut que, igual que amb la recepta electrònica, els farmacèutics demostrarem que som capaços de realitzar-lo amb èxit.

Parlem d'un altre assumpte important, els convenis col·lectius d'oficines de farmàcia. En quin punt es troba?
Les dues taules estan constituïdes, com en tot procés de renovació, estem començant les negociacions. Vull agrair als socis la informació i propostes que ens han enviat de cara al futur acord que regirà les condicions laborals amb el nostre personal i animo a la resta a fer-nos arribar les seves propostes.

L'any passat la farmàcia catalana va alliberar-se de la motxilla dels impagaments. Quina conclusió extreus?
La clau ha estat el treball conjunt de, Pimec, el Consell i Fefac, preservant les relacions amb l'Administració. Un cop recuperada

la normalitat cal treballar per la planificació conjunta, aportant propostes factibles.

Quin és el posicionament de Fefac davant la venda online de medicaments?
La dispensació online de medicaments no subjectes a prescripció mèdica s'ha d'ajustar a la normativa i la venda a distància, regulada pel Reial Decret 870/2013. Qualsevol empresa, que no sigui una farmàcia, que realitzi venda a distància està incomplint la llei, fet que des de l'empresarial estem denunciant i ho continuarem fent.

Què creus que el farmacèutic aporta al sistema sanitari?
El farmacèutic és el professional expert en el medicament. A aquest coneixement cal sumar accessibilitat en qualsevol lloc del territori, sense esperes ni cost afegit. Coneixement i accessibilitat són valors que sumen, però la confiança i la qualitat del servei no només sumen, sinó que multipliquen el valor que genera. Les 3.200 farmàcies aporten la màxima equitat al sistema de salut.

L'empresarial manté diverses reunions amb el CatSalut. Quines propostes s'han presentat?
L'any passat ens vam reunir amb David Elvira, aleshores director general del CatSalut, i posteriorment amb Adrià Comella, nou director del CatSalut, per presentar propostes de millora del sistema de salut per al ciutadà, potenciant la farmàcia. També amb Joaquin Delgadillo, gerent de Prestacions Farmacèutiques i Accés al Medicament, per exposar i explicar propostes per a la millora assistencial en processos ja existents com són la recepta electrònica i la carpeta de salut del pacient. A principis de 2019 ens hem reunit novament amb Josep Torrent-Farnell, director de l'Àrea del Medicament, per treballar sobre els serveis a residències geriàtriques, i amb Marc Ramentol, nou director general de Professionals de la Salut. Tenim pendent una reunió amb Cristina Nadal, directora de l'Àrea d'Atenció Sanitària, respecte al fòrum de les professions sanitàries.

En quin punt es troben les negociacions pel que fa al nou model d'atenció sanitària a residències?
Fefac forma part de la comissió negociadora, juntament amb el Consell de Col·legis de Farmacèutics de Catalunya i l'Administració, per elaborar un document de consens que satisfaci a totes les parts implicades. El nostre posicionament gira entorn d'un model de proximitat, d'aportació professional, i d'implicació en la millora del control i ús dels medicaments en centres residencials.

Enguany se celebrarà el 30 aniversari de Fefac. Com ho valores?
El 30 aniversari de l'empresarial és una fita molt important. En trenta anys l'empresarial ha fet front a moltes situacions i, gràcies a l'esforç de tothom, Fefac és avui un referent per als titulars de farmàcia. La seva presència i capacitat d'actuar com a catalitzador dels temes que preocupen és prou important, i continuarem treballant en aquesta mateixa línia.

"En 30 anys l'empresarial ha fet front a moltes situacions i, gràcies a l'esforç de tothom, Fefac és avui un referent per als titulars de farmàcia"

Quins serveis ofereix Fefac?
Negociem el conveni col·lectiu, eina essencial en el desenvolupament de totes les farmàcies, oferim assessorament fiscal, laboral i jurídic, tenim una borsa de treball on 7 de cada 10 titulars troben la persona que necessiten. També oferim conferències i formació, descomptes en proveïdors i serveis i mantenim al soci al dia de tot el que l'afecta amb el butlletí electrònic de notícies. L'atenció que rep el soci és propera i l'animem sempre a dir la seva, participant i opinant a través dels nostres canals. D'altra banda, facilitar eines perquè el farmacèutic dediqui el menys temps possible a les tasques de *back office* que no aporten valor i a la relació amb el pacient. Ho hem fet amb el Projecte Unicom, proposant als laboratoris i distribuïdors la creació d'albarans i factures que facin més senzilla la recepció de comandes, al qual s'ha sumat ja Alliance Healthcare, però també ho vam fer l'any 2016, assolint que els majoristes facilitessin informació agrupada, referent a moviments d'estupefaents, d'especial control mèdic i antibiòtics veterinaris. Posteriorment, aconseguint que els programes de gestió incloguessin sistemes de registre i documentació d'entrades, sortides i presència per acomplir el registre de la jornada laboral. També amb el disseny d'un full d'Excel parametritzat que permet elaborar el quadre d'horaris, facilitant l'anualització de la jornada per ajustar-se al conveni col·lectiu i guanyar flexibilitat. Liderant accions de responsabilitat social que fan visible la proximitat del ciutadà, com 'Frena el sol, frena el lupus', o 'La farmàcia el cor del barri'.

Per què un farmacèutic hauria de pertànyer a l'empresarial?
La raó més important és que l'empresarial és l'única entitat que representa i agrupa de forma exclusiva els interessos del titular d'oficina de farmàcia. L'única forma que aquests interessos exclusius del titular poden ser defensats és associant-se. No és obligatori, però la nostra força depèn del nombre d'associats. Fefac és la unió que ens fa forts.

Com veus el futur de la farmàcia?
La farmàcia s'ha d'adaptar als canvis que s'estan produint, tant socials com al sistema sanitari. Em refereixo a canvis relacionats amb el nostre rol, que és cada vegada més professional, i a l'evolució de les tecnologies, cada cop més ràpida.

A Europa els sistemes sanitaris aposten cada vegada més per la integració del farmacèutic.
Sí, per l'eficiència i capacitat que la farmàcia aporta al sistema sanitari, en tant que el farmacèutic és el professional més especialitzat en el medicament, el més proper i assequible pel ciutadà. No es tracta de convertir-nos en infermeres ni metges, sinó de sumar les nostres fortaleses.

Fefac estarà a Infarma. Vols dir alguna cosa als congressistes/visitants?
Els esperem a l'estand G-19, on els saludarem personalment i trobaran moltes sorpreses. Ens veiem també a les taules *"Com pot ajudar la distribució als reptes del comerç electrònic?"* i *"PHB, una aposta segura per a la salut bucal a la farmàcia: #sonreíresfácil"*. El programa és força interessant gràcies a l'organització i, com altres anys, serà tot un èxit.

Propostes de Fefac per millorar la funcionalitat de l'e-recepta

El 13 de desembre de 2018, Antoni Torres, president de Fefac, va mantenir una reunió amb Joaquin Delgadillo, gerent de Prestacions Farmacèutiques i Accés al medicament, i amb Pilar López, cap de la Divisió de Prestacions Farmacèutiques, per exposar propostes per a la millora assistencial, tenint en compte el valor que el professional farmacèutic pot aportar en processos ja existents com és la recepta electrònica. Es va presentar una proposta de millora de la seva funcionalitat fer afavorir l'ús adequat, el compliment del tractament, el seguiment farmacoterapèutic i la reducció de problemes relacionats amb els medicaments.

Un percentatge molt elevat de les visites als serveis d'Urgències dels hospitals està relacionat amb un ús incorrecte dels medicaments. Aquest fet també provoca saturació dels CAPs. L'aportació des de la farmàcia d'intervencions relacionades amb el medicament esdevé un punt clau per reduir el problema.

En aquest sentit, FEFAC considera que en introduir un medicament al pla terapèutic, caldria ressaltar-ho per tal que el farmacèutic pugui detectar visualment la introducció del nou fàrmac i que això permetria realitzar intervencions en diferents sentits. També assenyala que l'accés a l'historial de prescripcions del pacient permetria realitzar el seguiment de la medicació prescrita i no retirada per detectar possibles incompliments, abandonament del tractament o duplicitats, i en el cas del trànsit entre nivells, verificar que no es produeixen abandonaments.

Des de l'empresarial es considera molt útil permetre la inclusió de comentaris del pacient o del farmacèutic respecte a l'ús, compliment o problemes detectats amb un medicament per compartir tota la informació rellevant.

Finalment, incloure informació dels Medicaments Hospitalaris de Dispensació Ambulatòria (MHDA) per tal que, en fer-los visibles, evitar la seva interacció amb la resta de tractaments, siguin medicaments sense necessitat de recepta o bé prescripcions privades.

Converses amb el CatSalut

Aquesta reunió forma part de les mantingudes amb el CatSalut durant l'any 2018. L'empresarial es reunia al maig de l'any passat amb David Elvira, aleshores director general del CatSalut, i al mes de setembre amb el director general del CatSalut, Adrià Comella, i la subdirectora del CatSalut, Marta Chandre.

El farmacèutic pot ser clau en la promoció de la carpeta de salut

FEFAC considera que la carpeta La Meva Salut del pacient és un instrument summament útil i que, combinat amb l'app "061 Respon" té unes potencialitats altíssimes, però que requereix una generalització i ús massiu que poden ser impulsats des de la farmàcia. Aquesta aportació de la farmàcia en la generalització de la carpeta ha estat posada en pràctica a Holanda amb excel·lents resultats.

Per aquests motius, l'empresarial ha exposat les seves propostes al CatSalut, en la reunió mantinguda el passat 13 de desembre amb el gerent de Prestacions Farmacèutiques i Accés al Medicament, Joaquin Delgadillo, i Pilar López, cap de la Divisió de Prestacions Farmacèutiques. La reunió es va desenvolupar en un clima d'enteniment i voluntat de col·laboració, en la línia d'anteriors reunions.

Propostes de FEFAC

Les propostes de l'empresarial en relació a la carpeta de salut són les següents:

- Habilitar l'oficina de farmàcia com a punt d'activació.
- Accés pautat i limitat el farmacèutic a la carpeta de salut per controlar i millorar la presa de medicació prescrita i reduir riscos de salut.
- En pacients amb acord d'accés, habilitar la comunicació electrònica per reduir l'incompliment en diferents casos.
- Que l'app "061 Respon" enviï avisos automàtics al pacient en pacients en els quals el metge o farmacèutic consideri útil l'ús de l'SPD.
- Incorporar la medicació dispensada sense recepta en el cas de pacients crònics per detectar possibles interaccions entre medicaments.
- Afegir la medicació MHDA.
- Dispensació d'urgència com a opció disponible a través de la carpeta de salut del pacient.

La Federació va proposar també als representants del CatSalut, l'elaboració d'un projecte que demostri que totes aquestes idees, així com l'ús de la recepta electrònica, milloren l'adherència al tractament i el compliment terapèutic, redueixen riscos de medicació i la pressió assistencial, tant dels serveis d'urgències com els serveis d'atenció primària.

JOSEP LLUÍS PINYANA

President de l'AFET (Associació de Farmacèutics amb Oficina de Farmàcia de Tarragona)

"Vull agrair als socis i sòcies el seu suport i encoratjar-los a fer-nos arribar qualsevol suggeriment"

Josep Lluís Pinyana és titular d'oficina de farmàcia des de 1985. Fa 16 anys que forma part de la junta de l'AFET, una de les quatre empresarials que formen part de la Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya (FEFAC). Ara, renova com a president d'aquesta associació de farmacèutics, amb la mateixa il·lusió que el primer dia.

Com valores els resultats de la convocatòria d'eleccions?
Positiva, ja que està oberta a tots els socis. A més, hem passat de sis membres a nou, fet que demostra l'interès dels professionals farmacèutics pel sector i representa més diversitat d'opinions, cosa que és sempre positiva i enriquidora.

Quins canvis ha viscut la farmàcia a Tarragona des de 1985?
Principalment la retirada del finançament públic de fàrmacs per símptomes menors, la irrupció dels genèrics amb la conseqüent disminució periòdica de preus i l'increment del pes de les especialitats farmacèutiques publicitàries (EFP) en la facturació de la farmàcia, que han derivat en la transformació d'aquesta com a centre de dispensació a centre de salut.

Què preocupa al sector de farmàcies a la ciutat de Tarragona?
La preocupació del sector a Tarragona és el compliment del Concert amb el CatSalut, a causa dels impagaments del passat. També la viabilitat de la farmàcia

en petits nuclis rurals, ja que en molts casos el farmacèutic és l'únic agent sanitari en el municipi disponible durant part del dia. També la creixent complexitat de la gestió empresarial de l'oficina de farmàcia.

Vols transmetre algun missatge als socis de Tarragona?
M'agradaria recordar que formar part de l'associació ajuda moltíssim a escoltar inquietuds, unir criteris i veure quines són les dificultats i potencialitats del sector. Vull agrair als socis i sòcies el suport que sempre ens donen i encoratjar-los a fer-nos arribar qualsevol suggeriment que vulguin transmetre. Hem demostrat que som una associació molt propera.

Per què animaries als professionals farmacèutics que no formen part de l'associació a sumar-s'hi?
Evidentment perquè les persones sumem en criteris, en maneres de fer i en maneres de ser, i en estar col·lectivitzats tenim molta més força.

Força necessària per dur a terme negociacions. En quin punt es troba el conveni col·lectiu interprovincial?
En plena fase de negociació amb els sindicats i les associacions professionals.
Des de l'associació animem als farmacèutics a fer-nos arribar les seves propostes, així com les millores que introduirien. La seva opinió és molt important.

"Si sumem esforços, serem capaços de lluitar contra les dificultats que es puguin presentar"

Sobre el futur de la farmàcia, com creus que pot progressar?
Si els farmacèutics mantenim el nostre nivell de professionalitat i sumem esforços, formant part de col·lectius com les associacions de farmacèutics provincials, sota el paraigua de la FEFAC, serem capaços de lluitar contra les dificultats que es puguin presentar i podrem continuar oferint un servei d'alta qualitat des de l'oficina de farmàcia com succeeix actualment.

Quins són els objectius més importants de cara a aquest 2019 que voleu assolir des de la Junta de l'AFET?
La signatura del nou conveni col·lectiu interprovincial d'oficines de farmàcia de les províncies de Tarragona, Girona i Lleida, que suposarà una millora i la creació de noves estratègies per avançar i progressar, tant en el camp professional com en la imatge de la professionalitat de la farmàcia, davant de l'increment de vendes fora del canal, amb l'objectiu principal de garantir la seguretat del consumidor, gràcies al consell de salut d'un expert en el medicament com és el professional farmacèutic, que coneix les interaccions entre fàrmacs i el producte que millor satisfà les necessitats del pacient.

Frena el sol, frena el lupus

Per la voluntat de sumar en benefici dels pacients, l'empresarial atorga un semàfor verd a totes les persones que han fet possible la implantació d'aquesta campanya a Jaén.

Presentació de la campanya 'Frena el sol, frena el lupus' a Jaén. Octubre de 2018.

La campanya 'Frena el sol, frena el lupus' va posar-se en marxa el mes d'octubre de 2018 a les farmàcies de Jaén, gràcies a la col·laboració de Ferrer, Alliance Healthcare, Bidafarma, l'Associació de Pacients de Lupus de Jaén (ALUJA) i el Col·legi Oficial de Farmacèutics de Jaén, que va acollir a la seva seu l'acte de presentació de la iniciativa.

Unió de la distribució, farmàcies i pacients

La implicació d'aquests actors permet que actualment, la campanya´Frena el sol, frena el lupus' garanteixi una cobertura de més del 51% dels malalts de lupus de tot l'Estat, que poden acudir a les farmàcies de la seva comunitat autònoma per tal d'adquirir foto-protectors solars, en el marc d'aquesta campanya. Des de FEFAC, com a impulsors d'aquesta iniciativa, atorguem una llum verda a totes aquestes entitats en la secció del Semàfor del Soci, per la seva voluntat de sumar esforços en benefici dels pacients.

Fefac dona llum verda a la campanya de Fedefarma

"Existe Google, lo sabemos. Pero si quieres un consejo de salud, ve a tu farmacia" és un dels eslògans de la campanya de comunicació que Fedefarma va iniciar el mes de desembre de 2018, a través de la retolació de les furgonetes de repartiment de la cooperativa. FEFAC ha donat una llum verda a la campanya per fer valer el paper del professional farmacèutic d'una manera creativa, posant la farmàcia en el centre. L'eslògan forma part d'un conjunt de frases que van en aquesta línia.

Fefac denuncia l'activitat de pírcings de Claire's

FEFAC ha denunciat davant l'Ajuntament de Mataró l'activitat de pírcings de l'establiment Claire's, al centre comercial Mataró Parc (Barcelona), per oferir el servei de pírcing a l'orella. Aquesta botiga de la cadena comercial Claire's, que ven accessoris i joies vàries, ofereix, de manera addicional a la venda de joies, el servei de pírcing a l'orella. Fefac considera que aquesta pràctica pot comportar un risc per a la salut i que podria estar incorrent en una infracció administrativa greu del Decret 90/2008, pel qual es regulen les pràctiques de tatuatge, micropigmentació i pírcing, així com els requisits higiènic-sanitaris que han de complir aquests establiments.

VICENÇ J. CALDUCH

President de Fedefarma

"Estem molt satisfets que els companys farmacèutics i el sector hagin acollit la campanya de Fedefarma tan positivament"

Com valora la bona acollida que ha tingut la campanya de comunicació de Fedefarma que fa valer el paper del professional farmacèutic?
Estem molt contents. A Fedefarma tenim tots molt interioritzada la importància de posar en valor en tot moment el paper professional del farmacèutic com a agent de salut i enfortir la posició de la farmàcia. Aquesta campanya transmet aquest missatge a la ciutadania. Estem molt satisfets que els companys farmacèutics i el sector hagin acollit la campanya de Fedefarma tan positivament. Volem agrair tot el suport que ha tingut la campanya, especialment el semàfor verd atorgat per FEFAC.

Quin és l'objectiu de la campanya?
Som conscients de la presència que tenen les nostres furgonetes i de la seva capacitat per fer arribar missatges a la ciutadania, així que no vam voler deixar passar l'oportunitat d'aprofitar-ho per transmetre els valors de professionalitat, proximitat, accessibilitat i caràcter sanitari de la farmàcia. Aquest és l'objectiu de la campanya: ressaltar aquests valors en pro de la farmàcia.

"Existe Google, lo sabemos. Pero si quieres un consejo de salud, ve a tu farmacia" ha estat el primer missatge. Però n'hi ha més...
Sí, tots els nostres missatges són directes, interpel·len el ciutadà i l'esperonen a fer ús de la farmàcia com a establiment sanitari on fer consultes sobre salut i rebre una atenció farmacèutica professional, un establiment sanitari on la professionalitat conviu amb l'accessibilitat i la disponibilitat. Per exemple, una altra frase que portaran les nostres furgonetes és "A internet hi ha fòrums. A prop teu, 22.000 farmàcies."

Quant de temps podrem veure les retolacions a les furgonetes?
Aprofitarem la presència de les nostres furgonetes als carrers i places dels nostres pobles i ciutats per anar difonent els valors de la farmàcia. Ho farem, com deia abans, utilitzant diferents frases i textos que tothom podrà anar veient. Les nostres furgonetes recorren 46.000 quilòmetres al dia, més d'una volta al món, o sigui que tothom tindrà ocasió de llegir-los.

D'on han tret la inspiració?
Teníem clara la potencialitat del mitjà i volíem una cosa clara, directa i enginyosa: missatges fàcils però que alhora fessin reflexionar a qui els llegeix. Que la gent es fes preguntes del tipus "com és possible que me'n vagi a altres fonts tenint l'opció tan propera del consell farmacèutic?". Utilitzar la farmàcia i totes les seves potencialitats acaba revertint en uns millors resultats de salut per a la població, tal com s'ha posat de manifest en alguns països europeus que han reforçat el paper de la farmàcia com a part essencial dels seus sistemes de salut. Espero que puguem anar avançant per aquest camí.

Fefac i Alliance Healthcare s'alien per millorar la gestió de la farmàcia

L'objectiu ha estat la creació d'un albarà únic que faciliti a la farmàcia la recepció de comandes, permetent dedicar més temps a altres tasques com el consell farmacèutic. L'enviament dels nous albarans a les farmàcies des de gener mostra la plena implicació d'Alliance Healthcare amb l'oficina de farmàcia i la seva gestió diària.

"Alliance Healthcare ha decidit implicar-se plenament en el procés d'innovació i millora que suposa el projecte Unicom, sent el primer i únic majorista fins al moment que implanta aquesta iniciativa"

El president de la Federació d'Associacions de FEFAC, Antoni Torres, i el director general d'Alliance Healthcare, Javier Casas, van signar, el passat 30 de gener, a la seu de l'empresarial a Barcelona, un acord de col·laboració per implantar el Projecte UNICOM, una iniciativa liderada per l'empresarial, l'objectiu de la qual és oferir eines que facilitin la labor diària de la farmàcia.

El dia a dia a la farmàcia és complex, el fet de combinar la gestió amb el vessant sanitari d'atenció als pacients són tasques que requereixen cada vegada major atenció. Això, sumat a la falta de temps, vol dir que els farmacèutics han de buscar sistemes que facilitin aquelles tasques repetitives. Per això, el projecte UNICOM proposa a laboratoris i distribuïdors la creació d'albarans i factures que facin més senzilla la recepció de comandes a la farmàcia, a través de la unificació i simplificació de disseny, conceptes i contingut.

El document UNICOM, únic i complet, ha de ser homogeni i contenir solament la informació necessària per a agilitzar i millorar l'eficiència del procés de recepció del producte a la farmàcia fins a la seva venda. Això permet al farmacèutic dedicar més temps a la interacció personal amb els usuaris, l'atenció farmacèutica i a la formació dels equips, totes elles tasques de major valor afegit.

Plena implicació d'Alliance Healthcare

Alliance Healthcare, ateses les necessitats de l'oficina de farmàcia, ha decidit implicar-se plenament en el procés d'innovació i millora que suposa el Projecte UNICOM, sent el primer i únic majorista fins al moment que implanta globalment aquesta iniciativa. La clau ha estat el desenvolupament de nous models d'albarà i factura, en format físic i també electrònic, que facin més fàcil i ràpid el procés de repàs de les compres a la farmàcia.

D'aquesta manera, Alliance Healthcare envia, des del mes de gener de 2019, els nous albarans i les noves factures als seus clients, certificats mitjançant el distintiu FEFAC-UNICOM.

RATENOW
rate here, right now

OFERTA INFARMA
Des de
49€/mes

MESURA LA **SATISFACCIÓ** DELS TEUS CLIENTS

1 Enquesta personalitzada de **3 preguntes al mostrador** de la teva farmàcia

2 Analitza el **feedback a temps real** per millorar l'experiència dels teus clients

DEMANA ARA EL TEU RATENOW! +34 936 314 738 info@ratenow.es www.ratenow.es

Distintiu FEFAC-UNICOM

DOCUMENT UNICOM FEFAC

Durant la signatura de l'acord, tant Antoni Torres com Javier Casas van posar èmfasi en l'estreta col·laboració entre FEFAC i Alliance Healthcare, que ha permès a aquesta distribuïdora llançar el seu nou model d'albarà i de factura amb la finalitat d'ajudar a fer el procés de repàs més fàcil a les oficines de farmàcia mitjançant la certificació de la Federació.

Sobre el Projecte UNICOM

El Projecte UNICOM és una iniciativa de FEFAC, que l'any 2016 va realitzar una proposta als laboratoris i distribuïdors per a la creació d'un albarà únic per a facilitar la recepció de comandes en la farmàcia. Els punts bàsics de la proposta que l'empresarial fa són els següents:

Que el document sigui "únic", és a dir, homogeneïtzar la forma en què els laboratoris envien aquesta informació a les farmàcies, assumint una automatització del procés de recepció.

Que el document sigui "complet", és a dir, que contingui tota la informació necessària i que prescindeixi de les dades que no siguin necessàries.

El Projecte UNICOM és una de les eines que ofereix FEFAC per donar suport i afavorir la gestió eficient de la farmàcia. Ho ha fet anteriorment amb altres accions, aconseguint que els programes de gestió incloguessin sistemes de registre i documentació d'entrades, sortides i presència per executar el registre de la jornada laboral. També amb el disseny d'un full d'Excel parametritzat que permet elaborar el quadre d'horaris, facilitant l'anualització de la jornada.

1. NOMBRE DEL MEDICAMENTO. Postinor 1,5 mg comprimido. **2. COMPOSICIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA.** Cada comprimido contiene 1,5 mg de levonorgestrel. Excipiente con efecto conocido: 142,5 mg de lactosa monohidrato. Para consultar la lista completa de excipientes ver sección 6.1. **3. FORMA FARMACÉUTICA.** Comprimido. Comprimido casi blanco, plano, con reborde, de unos 8 mm de diámetro, con la marca "G00" impresa en uno de los lados. **4. DATOS CLÍNICOS. 4.1 Indicaciones terapéuticas.** Está indicado como anticonceptivo de emergencia dentro de las 72 horas siguientes a haber mantenido relaciones sexuales sin protección o fallo de un método anticonceptivo. **4.2 Posología y forma de administración.** Posología. Se debe tomar un comprimido, tan pronto como sea posible, preferiblemente dentro de las 12 horas siguientes, y no más tarde de 72 horas después de haber mantenido relaciones sexuales sin protección (ver sección 5.1). Si se producen vómitos durante las tres horas siguientes a la toma del comprimido, debe tomarse otro comprimido inmediatamente. Se recomienda a las mujeres que han utilizado medicamentos inductores de enzimas durante las últimas 4 semanas, y que necesitan una anticoncepción de emergencia, que utilicen un anticonceptivo de emergencia no hormonal, es decir un DIU-Cu, o que tomen una dosis doble de levonorgestrel (es decir, 2 comprimidos a la vez) si no pueden o no desean utilizar el DIU-Cu (ver sección 4.5). Postinor 1,5 puede tomarse en cualquier momento del ciclo menstrual, a menos que se haya producido un retraso de la hemorragia menstrual. Tras la utilización de la anticoncepción oral de emergencia se recomienda utilizar un método de barrera (preservativo, diafragma, espermicida o capuchón cervical) hasta el inicio del siguiente ciclo menstrual. La utilización de levonorgestrel no contraindica la continuación de la anticoncepción hormonal regular. *Población pediátrica.* El uso de Postinor en niñas en edad prepuberal, en la indicación de anticoncepción de emergencia no es adecuado. Forma de administración. Vía oral. **4.3 Contraindicaciones.** Hipersensibilidad al principio activo o a alguno de los excipientes incluidos en la sección 6.1. **4.4 Advertencias y precauciones especiales de empleo.**

La anticoncepción de emergencia es un método de uso ocasional. En ningún caso debe sustituir a un método anticonceptivo convencional. La anticoncepción de emergencia no evita el embarazo en todos los casos. Si no existe certeza sobre el momento en el que se produjeron las relaciones sexuales sin protección o si dichas relaciones tuvieron lugar hace más de 72 horas en el mismo ciclo menstrual, puede haberse producido un embarazo. Por lo tanto, si el tratamiento con levonorgestrel se administra tras una segunda relación sexual puede no ser eficaz para evitar el embarazo. Deberá descartarse un posible embarazo si la menstruación se retrasa más de 5 días, si se produce una hemorragia anormal en la fecha habitual prevista para la regla o si se sospecha un embarazo por cualquier otro motivo.

Si se produjera un embarazo tras el tratamiento con levonorgestrel, se debe considerar la posibilidad de un embarazo ectópico. Es probable que el riesgo absoluto de aparición de un embarazo ectópico sea bajo, ya que lenovorgestrel impide la ovulación y la fecundación. El embarazo ectópico puede continuar, a pesar de la aparición de hemorragia uterina. Por lo tanto, no se recomienda administrar levonorgestrel a pacientes con riesgo de sufrir un embarazo ectópico (con antecedentes de salpingitis o embarazo ectópico). Levonorgestrel no está recomendado en pacientes con insuficiencia hepática grave. Los síndromes graves de malabsorción, como la enfermedad de Crohn, pueden disminuir la eficacia de levonorgestrel. Este medicamento contiene lactosa. Los pacientes con intolerancia hereditaria a galactosa, deficiencia total de lactasa o problemas de absorción de glucosa o galactosa no deben tomar este medicamento. Tras la ingesta de Postinor 1,5 los periodos menstruales suelen ser normales y aparecen en la fecha prevista. Algunas veces se pueden adelantar o retrasar algunos días con respecto a la fecha prevista. Se debe aconsejar a las mujeres que acudan al médico para iniciar o adoptar un método regular de anticoncepción. Si no aparece hemorragia por privación, en caso de anticoncepción hormonal normal, en el próximo periodo libre de comprimidos tras la administración de levonorgestrel debe descartarse un posible embarazo. La administración reiterada dentro de un ciclo menstrual está desaconsejada debido a la posibilidad de alteraciones en el ciclo. Datos limitados y no concluyentes sugieren que la eficacia de Postinor 1,5 se puede ver reducida por el aumento de peso o del índice de masa corporal (IMC) (ver sección 5.1). Todas las mujeres, deben tomar el anticonceptivo de emergencia lo antes posible después de haber mantenido una relación sexual sin protección, independientemente del peso corporal de la mujer o de su IMC. Levonorgestrel no es tan eficaz como los métodos anticonceptivos convencionales y sólo está indicado como medida de emergencia. Deben recomendarse métodos anticonceptivos convencionales a aquellas mujeres que demandan tratamientos anticonceptivos de emergencia en reiteradas ocasiones. Los anticonceptivos de emergencia no reemplazan las precauciones necesarias frente a las infecciones de transmisión sexual. **4.5 Interacción con otros medicamentos y otras formas de interacción.** El metabolismo del levonorgestrel aumenta con el uso concomitante de inductores enzimáticos hepáticos, principalmente inductores de la enzima CYP3A4. Se ha observado que la administración concomitante de efavirenz reduce los niveles plasmáticos de levonorgestrel (AUC) en aproximadamente un 50%. Entre los fármacos que se sospecha tienen una capacidad similar de reducir los niveles plasmáticos de levonorgestrel se incluyen barbitúricos (incluyendo primidona), fenitoína, carbamazepina, medicamentos a base de plantas que contienen *Hypericum Perforatum* (Hierba de San Juan), rifampicina, ritonavir, rifabutina y griseofulvina. En mujeres que han utilizado fármacos inductores enzimáticos durante las últimas 4 semanas y que necesitan anticoncepción de emergencia, debe considerarse el uso de la anticoncepción de emergencia no hormonal (es decir, un DIU-Cu). La toma de una dosis doble de levonorgestrel (es decir, 3000 microgramos dentro de las 72 horas posteriores a la relación sexual sin protección) es una opción para las mujeres que no pueden o no deseen utilizar el DIU-Cu, aunque esta combinación específica (una dosis doble de levonorgestrel durante el uso concomitante de un inductor enzimático) no se ha estudiado. Los medicamentos que contienen levonorgestrel pueden aumentar el riesgo de toxicidad de la ciclosporina debido a la posible inhibición del metabolismo de la ciclosporina. **4.6 Fertilidad, embarazo y lactancia.** Embarazo. Levonorgestrel no debe administrarse a mujeres embarazadas. Su administración no interrumpirá el embarazo. En el caso de que el embarazo continúe, los limitados datos epidemiológicos de que se dispone no indican efectos adversos sobre el feto, no obstante, no existen datos clínicos sobre las consecuencias potenciales si se toman dosis mayores de 1,5 mg de levonorgestrel (ver sección 5.3). Lactancia. Levonorgestrel se excreta con la leche materna. La exposición potencial del lactante a levonorgestrel puede reducirse si la mujer toma el comprimido inmediatamente después de una toma y evitar la lactancia al menos 8 horas después de la administración de levonorgestrel. Fertilidad. Levonorgestrel aumenta la posibilidad de alteraciones en el ciclo que a veces pueden conducir a adelantar o retrasar la fecha de ovulación, modificando en consecuencia las fechas de fertilidad. A pesar de que no hay datos de fertilidad a largo plazo, después del tratamiento con levonorgestrel se espera un rápido retorno a la fertilidad y por lo tanto, se debe continuar con los anticonceptivos habituales o iniciarlos tan pronto como sea posible, después de haber utilizado levonorgestrel (Anticonceptivo de Emergencia). **4.7 Efectos sobre la capacidad para conducir y utilizar máquinas.** No se han realizado estudios acerca de los efectos sobre la capacidad para conducir vehículos o manejar maquinaria. **4.8 Reacciones adversas.** La reacción adversa más comúnmente notificada fueron las náuseas. **Muy frecuente (≥1/10)**. *Trastornos del sistema nervioso:* cefalea. *Trastornos gastrointestinales:* náuseas, dolor en el bajo abdomen. *Trastornos del sistema reproductor y de las mamas:* sangrado no relacionado con la menstruación (las pautas de sangrado pueden verse temporalmente alteradas, pero la mayoría de las mujeres tendrá su siguiente periodo menstrual en los 5-7 días que se encuentran alrededor de la fecha esperada). *Trastornos generales y del lugar de administración:* cansancio. **Frecuente (≥1/100 a <1/10)**. *Trastornos del sistema nervioso:* mareo. *Trastornos gastrointestinales:* diarrea, vómitos. *Trastornos del sistema reproductor y de las mamas:* retraso de más de 7 días en la menstruación (si el siguiente periodo menstrual se retrasa más de 5 días, debe descartarse un posible embarazo), menstruación irregular, mastalgia. Además, la vigilancia postcomercialización ha informado de las siguientes reacciones adversas: *Trastornos gastrointestinales:* Muy raro (< 1/10.000): dolor abdominal. *Trastornos de la piel y tejido subcutáneo:* Muy raros (< 1/10.000): exantema, urticaria, prurito. *Trastornos del sistema reproductor y de las mamas:* Muy raros (< 1/10.000): dolor pélvico, dismenorrea. *Trastornos generales y del lugar de administración:* Muy raro (< 1/10.000): edema facial. Notificación de sospechas de reacciones adversas: Es importante notificar sospechas de reacciones adversas al medicamento tras su autorización. Ello permite una supervisión continuada de la relación beneficio/riesgo del medicamento. Se invita a los profesionales sanitarios a notificar las sospechas de reacciones adversas a través del Sistema Español de Farmacovigilancia de medicamentos de Uso Humano: https://www.notificaram.es. **4.9 Sobredosis.** No se han registrado reacciones adversas graves tras la ingestión aguda de grandes dosis de anticonceptivos orales. Una sobredosis puede provocar náuseas y una posible hemorragia por privación. No existen antídotos específicos y el tratamiento debe ser sintomático. **5. PROPIEDADES FARMACOLÓGICAS.** Ver ficha técnica completa. **6. DATOS FARMACÉUTICOS. 6.1. Lista de excipientes.** Almidón de patata. Almidón de maíz. Sílice coloidal anhidra. Estearato de magnesio. Talco. Lactosa monohidrato. **6.2 Incompatibilidades.** No procede. **6.3 Periodo de validez.** 5 años. **6.4 Precauciones especiales de conservación.** Conservar en el embalaje original para protegerlo de la luz. **6.5 Naturaleza y contenido del envase.** Blíster de aluminio/PVC que contiene un comprimido. El blíster se incluye en un envase de cartón. **6.6 Precauciones especiales de eliminación y otras manipulaciones.** Ninguna especial. La eliminación del medicamento no utilizado y de todos los materiales que hayan estado en contacto con él, se realizará de acuerdo con la normative local. **7. TITULAR DE LA AUTORIZACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN.** Gedeon Richter Plc., Gyömroi ut 19-21, 1103 Budapest. Hungria. **REPRESENTANTE LOCAL**. Gedeon Richter Ibérica, S.A.U., Sabino de Arana, nº 28, 4º 2ª, 08028 Barcelona, Tfno.: +34 93 2034300. **8. NÚMERO(S) DE AUTORIZACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN.** 67.515. **9. FECHA DE LA PRIMERA AUTORIZACIÓN / RENOVACIÓN DE LA AUTORIZACIÓN.** Enero 2006. **10. FECHA DE LA REVISIÓN DEL TEXTO**. 9 de marzo de 2018. La información detallada y actualizada de este medicamento está disponible en la página Web de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) http://www.aemps.gob.es/. **11. Medicamento no sujeto a prescripción médica. No financiado por el Sistema Nacional de Salud**. Postinor 1,5 mg comprimido, 1 comprimido [CN: 653694.0] - **PVP_{IVA}**: 18,73 €.

POSTINOR®

Levonorgestrel 1,5 mg

"GOLD STANDARD"

en anticoncepción de emergencia[1-4]

¿Quién espera más de 24 horas en una situación de emergencia?

95% de eficacia las primeras 24 horas[1-4]

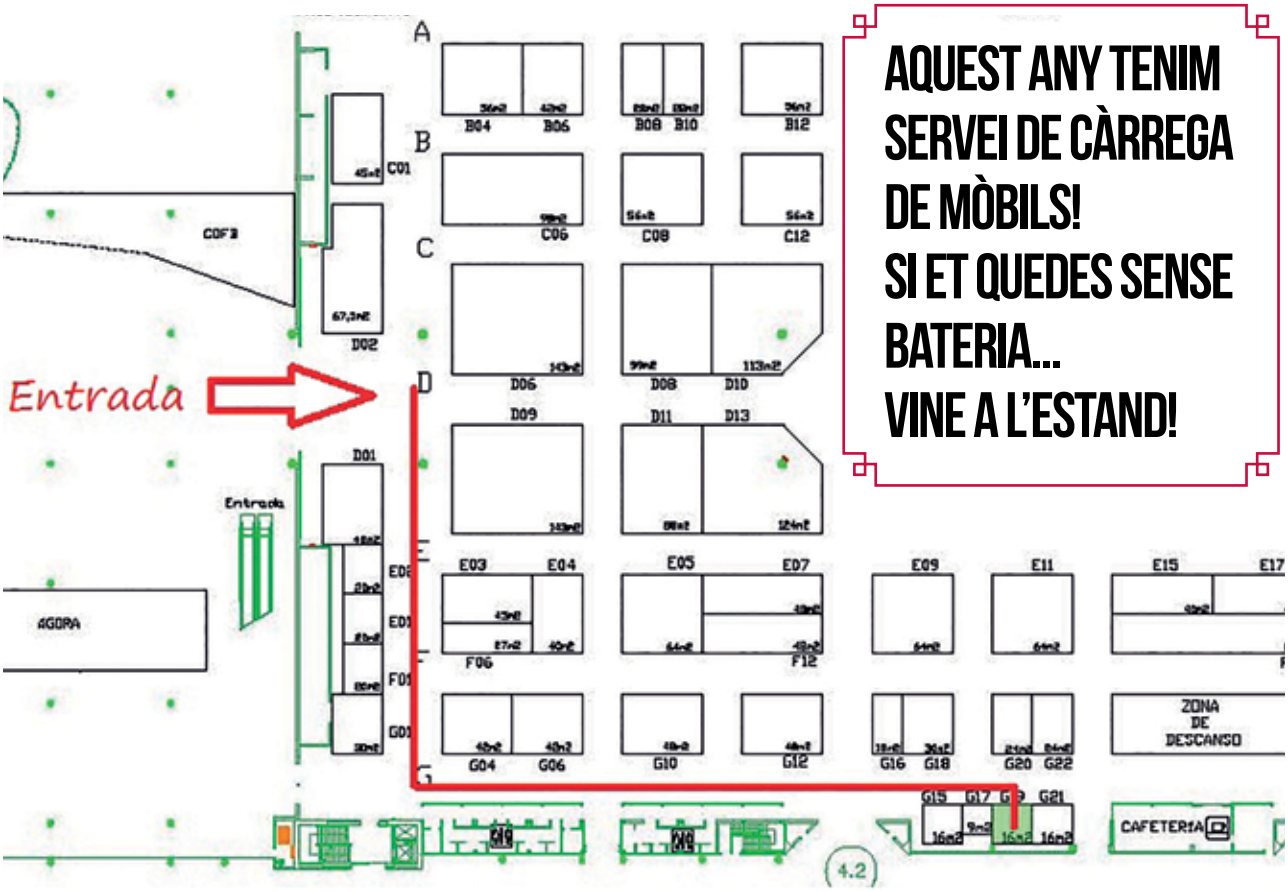
GEDEON RICHTER

Expertos en anticoncepción de emergencia

POS18-02/2019 KEDP/DAC5W7

infarma
BARCELONA 2019
ENCUENTRO EUROPEO DE FARMACIA

Fefac t'espera a l'estand G-19



AQUEST ANY TENIM SERVEI DE CÀRREGA DE MÒBILS! SI ET QUEDES SENSE BATERIA... VINE A L'ESTAND!

PRESÈNCIA A L'ESTAND G-19 D'EMPRESES PROVEÏDORES

En aquesta edició d'Infarma us esperem als titulars d'oficina de farmàcia a l'estand G-19. Atendrem a socis i no socis per donar-vos tota la informació que demaneu, explicar-vos en què estem treballant pel desenvolupament de la farmàcia i els serveis que us oferim. Membres de les Juntes Directives de les quatre empresarials que formen part de FEFAC (AFB, AGFE, AFET i AFELL) estaran presents durant les tres jornades per atendre-us. A l'estand comptarem amb la presència d'AMC i Logos BCN, que estaran a disposició dels titulars per informar-los sobre com millorar alguns aspectes relacionats amb la farmàcia.

amc
www.amcgestion.com

ESPECIALISTES EN VENDA ONLINE DEL SECTOR FARMÀCIA

DIMARTS, 19 DE MARÇ DE 10.00 A 19.00 HORES

Logos BCN

ESPECIALISTES EN PERSONALITZACIÓ I DISSENY D'UNIFORMES

DIMECRES, 20 DE MARÇ DE 16.00 A 19.00 HORES

SORTEJOS

Els socis que s'acostin a l'estand G-19 podran participar en el sorteig d'aquests magnífics regals.

10 IMPRESSORES

Cortesia de: amc

Impressora HP DeskJet 2630 Multifunción cortesia d'AMC. Estalvia temps amb aquesta impressora sense fils, que permet una fàcil instal·lació i una impressió senzilla des dels dispositius mòbils.

1 MOTXILLA

Cortesia de: MRW

Un dels socis que participi en el sorteig podrà emportar-se aquesta motxilla facilitada pel proveïdor de serveis de missatgeria MRW.

ESTADA MIL ESTRELLES

Cortesia de:

L'Hotel Mil Estrelles, ubicat a Cornellà de Terri, a Girona, ofereix una experiència única, gaudir de la natura amb un alt nivell de confort. Els propietaris d'aquest hotel no deixen que ni el sostre ni les parets us impedeixin gaudir de les estrelles, sense oblidar la intimitat que necessita una nit romàntica en parella. "Un espai creat per celebrar la vida i l'amor; per ser plenament conscients i agraïts del que molt sovint no ens donen el permís de veure i sentir", explica la Núria de Ros, directora de Mil Estrelles.
Entra el sorteig d'aquesta màgica nit d'hotel cortesia de la Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya (FEFAC). Que tingueu sort!

3 'MYSTERY SHOPPER'

Cortesia de: KAMINSKY

Què pensen els clients de la teva farmàcia? I de la competència? Un Mystery Shopper o Comprador Misteriós és una persona entrenada per actuar com un comprador qualsevol. Sol·licitarà informació, comprarà un producte, provarà un servei, etc.

Com funciona?
Se celebra una reunió en la qual indiques els aspectes que vols conèixer sobre el servei a la teva oficina de farmàcia. Amb aquesta informació s'elabora la relació d'ítems que el comprador ha d'analitzar i les situacions de compra que ha de generar. Aleshores, un dia, sense previ avís, ni tan sols al titular, un client estarà a la teva farmàcia copsant allò que et preocupa.

3 BATES PER A 1 FARMÀCIA

Cortesia de: Logos

Emporta't 3 bates per als farmacèutics de la teva farmàcia per cortesia de Barcelona Logos. Aquest proveïdor és especialista en personalització i disseny de vestuari professional.

BOSSA DE REGALS

Tots els visitants que s'apropin a l'estand, siguin o no socis de FEFAC, s'emportaran una bossa amb tots els regals indicats. Els llibres s'inclouran a les bosses fins a esgotar existències.

- LLIBRETA DE FEFAC
- BOLÍGRAF DE FEFAC
- GUIA DE SERVEIS I PROVEÏDORS 2019
- CLAUER ALTAVEU PER AL MÒBIL
- LLIBRE 'SER FARMACÉUTICO'
- LLIBRE 'ANECDOTARI D'UNA VIDA MÈDICA'

La gestió de la categoría 'dermo'

Article elaborat per Mediformplus
www.mediformplus.com

La dermofarmàcia és una de les categories que més canvis ha experimentat en els darrers anys i per realitzar una gestió integral cal analitzar-la tenint en compte quatre pilars fonamentals: el producte, el client, la superfície de venda i el venedor, en aquest cas, l'assessor de cosmètica.

EL PRODUCTE

Podem dividir la dermocosmètica en dos grans grups: l'assortiment *beauty*, que busca lluitar contra els signes de l'envelliment o embellir la pell, i l'assortiment dermatològic, encaminat a pal·liar o evitar el desenvolupament de certes patologies o estats dermatològics prèviament diagnosticats per un metge o especialista. Per descomptat, si volem posicionar-nos com a especialistes de la dermocosmètica, hem de disposar de tots dos tipus d'assortiment.

Tenint això en compte cal distingir quatre tipus de marques: naturals, *premium*, comercials i dermatològiques. La seva elecció anirà lligada a les necessitats del client, és a dir, han de cobrir la major part de les necessitats de les persones que ens demanen consell a la nostra farmàcia:

Necessitats "beauty":
Hidratació
Lluminositat
Antienvelliment
Maquillatge social

Necessitats dermatològiques:
Pells reactives o intolerants
Rosàcia
Xerosis
Acne
Despigmentants
Maquillatge Correctiu
Altres tractaments

Prèviament a la selecció d'assortiment, seria interessant analitzar quins medicaments d'ús dermatològic són els més dispensats, per veure per quins cal apostar:

Fàrmacs indicadors de la potencialitat d'una subcategoria

Acne: eritromicina, clindamicina, isotretinoïna, tretinoïna, peròxid de benzoïl, adapalè, àcid azelaic...

Rosàcia: àcid azelaic, metronidazol, tetraciclines orals…

Hiperpigmentacions: Hidroquinona, fòrmules magistrales a base d'hidroquinona, àcid retinoic i acetònid de triamcinolona...

D'altra banda hem d'analitzar també quins medicaments poden produir afeccions dermatològiques que transformin en potencial aquesta necessitat:

Medicaments que poden causar com RAM patologies dermatològiques

Acne: corticoisteroides, anticonceptius orals, antiepilèptics, antidepressius tricíclics…

Rosàcia: Vasodilatadors (nifedipina), corticoides tòpics, immunosupressors…

Hiperpigmentacions: Anticonceptius orals.

L'alta dispensació o l'alt reclam de productes per tractar, pal·liar o evitar patologies dermatològiques anirà associat al desenvolupament del maquillatge correctiu,

ja que aquests tractaments poden no ser efectius al 100%, a més de trigar cert temps a provocar l'efecte desitjat.
D'altra banda, una alta demanda de tractaments antienvelliment, o productes calmants i regeneradors *post-peeling* o tractament quirúrgic, poden indicar-nos el potencial del nostre assortiment *beauty*. Aquest assortiment estarà sempre lligat a un maquillatge social.
Tot i això, a més, ens veiem en la necessitat de buscar diferents formes farmacèutiques o textures en cadascuna de les necessitats que puguin ser compatibles amb la tipologia cutània més habitual: pell grassa, mixta/normal o seca.
El tipus de client de la zona ha de formar part del desenvolupament del nostre assortiment. No és el mateix tenir una ràtio d'influència on predominen les pells madures, al fet que el nostre consumidor principal sigui turista i, dins d'aquest, un turista oriental. Per exemple si el meu turista és japonès, el meu assortiment haurà d'estar adaptat a les últimes tendències, com el *layering*).

EL CLIENT

Pocs clients fan servir repetidament el mateix producte i, tot i que encara existeix el client "què em dones per...", en els últims anys ha aparegut un altre perfil més especial. Es tracta d'un client informat a partir de les xarxes socials, que no només valora la nostra selecció de marques, assortiment i servei, sinó també la funció i qualitat del producte oferit. La crisi ha provocat que el client compari preus, però, en aquest cas, la qualitat preval més enllà del preu.
Pel que fa a la gestió del nostre CRM, hem de ser molt estratègics, i és que qualsevol acció realitzada ha de basar-se en el domini de la base de dades per aconseguir una major rendibilitat. Per exemple, si vull realitzar un taller de maquillatge corrector, enviaré prèviament una invitació als clients que han comprat productes per tractar l'acne, la rosàcia, les taques… en els últims mesos. Faré el mateix amb les accions de tractaments de bellesa. Si la meva intenció és recomanar posteriorment el tractament aplicat en cabina, convidaré a persones que faci un mes/mes i mig sense comprar productes de la categoria.
D'altra banda, cal tenir en compte el pla de fidelitat i com l'adaptem al client de cosmètica. Són freqüents els plans de fidelitat que permeten acumular punts que després poden bescanviar en les seves compres, quan moltes vegades el client de dermocosmètica prefereix una *minitalla* de l'últim llançament o tractament exclusiu, un tractament de bellesa o sessió de maquillatge com a felicitació d'aniversari… Aquestes accions han d'estar a l'ordre del dia. Per exemple "Preparada per a la foto perfecta", fent al·lusió a les xarxes socials.
Finalment, cal adaptar les promocions al perfil de compra del client. Si parlem d'una clienta de productes ecològics o respectuosos amb el medi ambient, li agradaran les promocions que tinguin aquesta finalitat. Per exemple: "Descompte de dos euros si recicles el teu envàs".

SUPERFÍCIE DE VENDA

Hem d'aconseguir que el lineal vengui per si mateix i transmeti ganes de comprar. Un lineal carregat de producte, col·locat de forma desordenada, sense tenir identificades les zones, no convida a comprar.
La zona ha d'estar senyalitzada, amb tancaments de lineal que indiquin el producte que trobem, i seguint regles bàsiques de col·locació de productes. Els de neteja facial en la part més elevada del lineal i els productes complementaris als costats, no només tractament, sinó també per aplicar producte. Per exemple, si treballem maquillatge i brotxes, aquestes estaran situades al costat del lineal.
És recomanable col·locar les marques més dermatològiques darrere del taulell (per requerir consell) i les marques *premium* o publicitaries més lluny, de tal manera que convidin al client a accedir a elles.
Una zona que aporti experiències sensorials, testar o *Beauty Bar* són altres formes d'atreure el client a aquesta zona.
També és interessant ressaltar les zones calents o de venda per impuls, on col·locarem discos desmaquillants, bàlsams labials, llapis d'ulls, cremes de mans, esmalts d'ungles...

Productes als punts calents

No necessaris: el client no ha entrat a la farmàcia per comprar específicament aquests productes.

Valor inferior a 10 euros: el preu no ha de suposar un impediment.

Diferents a cada zona calent de dermocosmètica.

L'EQUIP

A l'inici parlàvem de la divisió del mercat de dermofarmàcia (*beauty* i dermatològic). Hem de ser capaços de valorar si el nostre assessor de bellesa està capacitat per a la recomanació en tots dos mercats i, a partir d'aquí, dissenyar el pla de formació anual.
En general, assessors procedents del canal perfumeria tindran bones competències en vendes i recomanació *beauty*, però necessitaran reforç en matèria dermatològica. El farmacèutic acostuma a requerir formació en vendes i, en alguns casos, del mercat *beauty*.
Una vegada establert el pla de reforç, haurem de protocol·itzar la derivació al servei de dermocosmètica per part de tot l'equip de col·laboradors del taulell a la farmàcia.
A més dels tractaments basats en l'experiència, és interessant protocolitzar l'ús del dermoanalitzador. Parlarem doncs de dos tipus d'usos: l'anàlisi amb cita (mitja hora de durada aproximadament, amb realització de l'anàlisi completa) i l'anàlisi sense prèvia cita, realitzat a totes les consultes de dermocosmètica, fent servir únicament dos paràmetres. El primer està relacionat amb la necessitat del pacient i amb ella argumentarem la venda del primer producte. El segon permetrà la venda creuada associada a la recomanació.
Per exemple: un pacient demana un producte antienvelliment. Farem servir els valors d'elasticitat per aquesta argumentació i, com a exemple, podem realitzar l'anàlisi de corneocits que ens ajudi en la recomanació d'un producte que permeti que l'actiu antiedat exerceixi el seu efecte amb més eficàcia, com un *peeling* químic.

Afecta l'eliminació del geobloqueig als productes de parafarmàcia?

Actualment qualsevol persona que resideixi en un país de la Unió Europea pot comprar a través de qualsevol pàgina allotjada en un país comunitari. Preguntem a l'assessor legal de Fefac, Arco Advocats, si aquesta normativa afecta als productes de parafarmàcia.

"Tots els béns de consum que es comercialitzin en territori espanyol hauran d'estar etiquetats, com a mínim, en castellà"

El 3 desembre de 2018 van entrar en vigor les noves normes contra les restriccions geogràfiques per comprar per internet a la Unió Europea. Actualment, qualsevol persona que resideixi en un país comunitari pot comprar a través de qualsevol pàgina allotjada en un país de la UE. A Fefac ens preguntem si els productes de parafarmàcia es veuen afectats per aquesta normativa. Per respondre a aquesta qüestió hem consultat al nostre departament d'assessorament legal ARCO, qui ha efectuat les següents consideracions:

Els productes de parafarmàcia són articles de consum als quals no se'ls aplica la normativa pròpia dels medicaments i dels productes sanitaris. Ara bé, com a article de consum, els hi és d'aplicació la normativa general de protecció de consumidors i usuaris (essent les normes bàsiques d'aplicació el Reial Decret Legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, pel que s'aprovà el vigent Text Refós de la Llei General per la Defensa dels Consumidors i Usuaris, i la Llei 22/2020, per la que s'aprovà el Codi de Consum de Catalunya).

L'article 18.3 del RDL 1/2007, de 16 de novembre (de caràcter bàsic, i per tant, d'aplicació a tot el territori de l'Estat espanyol), estableix: *"Sin perjuicio de las excepciones previstas legal o reglamentariamente, las indicaciones obligatorias del etiquetado y presentación de los bienes o servicios comercializados en España deberán figurar, al menos, en castellano, lengua española oficial del Estado."* Per tant, tots els béns de consum (entre ells, els articles de parafarmàcia), que es comercialitzin en territori espanyol hauran d'estar etiquetats, com a mínim, en castellà, i hauran d'incorporar les instruccions d'ús / prospectes en versió castellana (sens perjudici del fet que també incorporin versions en altres idiomes).

(iii) Per la seva banda, l'Article 122-4 del Codi de Consum de Catalunya, respecte dels productes de consum destinats a la salut i a la cura higiènica (categoria en la qual es comprenen els productes parafarmacèutics), disposa literalment: *"Béns i serveis destinats a la salut i la cura higiènica".*
1. Els béns i serveis destinats a la salut i la cura higiènica han de complir les condicions exigibles i especificar les mesures necessàries perquè les persones consumidores siguin informades sobre la composició, les propietats, les condicions, les precaucions d'ús i la caducitat, si escau.
2. Les disposicions d'aquesta llei només s'apliquen als serveis sanitaris públics en la mesura que siguin compatibles amb llurs característiques específiques.
En conseqüència, respecte d'aquesta categoria de béns, s'estableix una obligació normativa reforçada d'informació al consumidor, que òbviament no es pot complir si l'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes no estan en les llengües oficials del territori.

El que congela la teva bústia no és el fred...

Si ja no reps el butlletí de notícies diàries de FEFAC no és cosa del fred. Des del passat 25 de maig és obligatori complir la llei de protecció de dades d'àmbit europeu (RGPD). Amb aquesta nova normativa, necessitem el teu consentiment per fer-te arribar els nostres butlletins per e-mail.

Així que si trobes a faltar la informació diària, veraç i professional del sector, envia'ns un correu a **fefac@fefac.cat** i la primavera arribarà a la teva bústia ben aviat.

Newsletter FEFAC. Tot el que passa al sector farmacèutic, a la teva bústia, cada dia

FEFAC
Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya

www.fefac.cat • E-mail: fefac@fefac.cat • Tel. 93 323 24 22
@FEFAC_farmacia www.linkedin.com/company/fefac/

AV. MERIDIANA 430, LATERAL / 08030, BCN

UNIFORMES Y LOGOS BCN

VESTUARI LABORAL I PERSONALITZACIÓ TÈXTIL

VESTUARI PER A PROFESSIONALS

PREUS ESPECIALS PER ALS ASSOCIATS A FEFAC!

Uniformes y Logos Bcn S.L. és una empresa dedicada a uniformar a empreses de tots els sectors laborals des del 1997, destacant per ser especialistes en vestuari de sanitat. Ofereix productes de la millor qualitat a un preu competitiu, acompanyat per un servei molt professional. També la possibilitat de personalització tèxtil, utilitzant diferents tècniques: brodats, serigrafia, vinil i transfers.

CONTACTA AMB ELS NOSTRES ESPECIALISTES

93.274.14.93

CORREU ELECTRÒNIC

info@uniformesylogos.com

PÀGINA WEB

www.uniformesylogos.com

15%

Dte. en calçat

18%

Dte. en bates i pantalons

Logos BCN

Disposen els titulars de farmàcia de les taules salarials per al 2019?

Un associat de FEFAC ens ha preguntat si disposem de les taules salarials que cal aplicar aquest any 2019. Des de l'empresarial hem realitzat la consulta a José Manuel Moya, assessor de la Federació en matèria laboral i en negociació dels convenis col·lectius.
L'assessor recorda que, mentre no hi hagi un nou conveni, les taules salarials que cal continuar aplicant són les publicades a l'actual conveni.

Taules salarials per farmàcies de la província de Barcelona

Així, les oficines de farmàcia de la província de Barcelona disposen del Conveni Col·lectiu de Treball per a Oficines de Farmàcia de la província de Barcelona per als anys 2014-2017, publicat al Butlletí Oficial de la Província de Barcelona el divendres, 4 de setembre de 2015. Les taules salarials poden consultar-se a la pàgina 22 (Annex 1).

Taules salarials per farmàcies de la resta de províncies

Les oficines de farmàcia de les províncies de Girona, Tarragona i Lleida disposen del disposen del Segon Conveni Col·lectiu Interprovincial de Treball per a oficines de farmàcia de les províncies de Girona, Lleida i Tarragona per als anys 2015, 2016 i 2017.
Les taules salarials poden consultar-se a la pàgina 45 (Taules Salarials 2017). Annex IV.

Retribucions

El salari base, els complements, el plus substitut, les gratificacions extraordinàires de Nadal, juliol i primavera i el plus de transport són un dels temes que s'estan tractant actualment a les dues taules que s'han constituït. A l'hora de negociar, FEFAC consulta als socis quines millores introduirien en el següent conveni de manera que es tenen en compte les necessitats dels titulars. A més, l'empresarial organitza reunions per explicar les novetats de cadascun dels convenis signats.
Si tens alguna proposta en referència al conveni que vulguis fer-nos arribar, posa't en contacte amb nosaltres escrivint un e-mail a fefac@fefac.cat.

Fins i tot les millors idees evolucionen

Fulletons i flyers • Targetes • Calendaris • Etiquetes adhesives • Bosses • Mailings • PLV • Displays • Carnets de fidelització • Personalització • Retolació i senyalització • Espais efímers • Creus de farmàcia • Lones i vinils • Mystery shopper

KAMINSKY spread the seeds

Sant Salvador 87, local
08024 Barcelona

T. 931 797 287
M. 606 849 804

mail@kminsky.com
www.kminsky.com

Poden els professionals de la salut potenciar la seva empatia?

Percebre, compartir i comprendre allò que el nostre pacient ens explica és clau per connectar amb ell i que l'atenció rebuda per part del professional farmacèutic satisfaci les seves necessitats, més enllà de la mera dispensació.

Pedro Adrados, psicòleg clínic
Hospital Vithas Nuestra Señora de América i Arturo Soria Psicólogos

"Quan dediquem més temps al fet que prevalguin els nostres punts de vista i menys a escoltar, monopolitzem el diàleg i no ens preocupem d'entendre a qui tenim davant"

L'empatia pot definir-se com la capacitat de posar-se en el lloc d'algú per a veure'l des del seu marc intern de referència, és a dir, es tracta de comprendre a l'altre com a subjecte amb una experiència pròpia. L'empatia és una habilitat que s'inicia en nosaltres mateixos i que resulta fonamental per a la vida en general, però també, de forma concreta, en determinats àmbits, com pot ser la relació que s'estableix entre el professional de la salut i el pacient a la farmàcia, per exemple. Com explica el psicòleg clínic Pedro Adrados, *"si no podem percebre els nostres propis sentiments, molt difícilment podrem interpretar l'estat d'ànim de la persona que tenim davant. En el cas dels professionals de la salut, és important potenciar amb voluntat i motivació aquesta habilitat que es va desenvolupant al llarg de la vida i que forma part de la nostra competència social".*

El pacient ha de centrar l'atenció

"És necessari que la nostra atenció giri entorn del pacient, i per a això, en primer lloc, hem de conèixer-nos a nosaltres mateixos, saber quines són les nostres virtuts i les nostres limitacions en relacions socials i, concretament, en la nostra comprensió empàtica", segons Adrados. L'especialista afegeix que l'empatia està molt relacionada amb l'escolta activa: *"Quan dediquem més temps al fet que prevalguin els nostres punts de vista i menys a escoltar, monopolitzem el diàleg i no ens preocupem d'entendre a qui tenim davant".*

No obstant això, connectar amb el sofriment del pacient pot també suposar un risc, ja que *"l'ansietat generada pot bloquejar l'empatia, fent que disminueixi. Es tractaria d'un mecanisme de defensa, d'aquí la importància de fomentar la formació específica en aquestes capacitats".* Segons diversos estudis, en l'àmbit sanitari, una alta empatia es relaciona amb un esgotament professional més baix, depenent del lloc de treball i categoria professional.

Claus per desenvolupar l'empatia

En el cas dels professionals de la salut, prendre consciència de la nostra responsabilitat respecte a la necessitat de treballar la comprensió empàtica pot resultar de gran utilitat. El psicòleg dona una sèrie de claus per potenciar el desenvolupament de l'empatia:

1. Permetre'ns expressar els sentiments i percebre la comprensió dels altres ens permetrà entendre millor què se sent quan un és escoltat i comprès.
2. Identificar quins són els nostres estats emocionals i relacionar-los amb pensaments propis i esdeveniments vitals viscuts prèviament.
3. Prendre consciència que el fet relatat sempre és una interpretació d'una realitat que mai és objectiva. Això implica acceptar que existeixen tantes interpretacions com espectadors són partícips d'aquest fet, i que cap interpretació és més vàlida que l'altra.
4. Ser conscients dels nostres prejudicis i estereotips també és molt important, ja que és una forma de veure quins aspectes de la vivència que nosaltres tenim de l'altre i el seu relat tenen a veure amb les nostres idees prèvies.
5. Ser capaços, no només de captar el missatge verbal, sinó també els missatges no verbals. El to, la mirada, la intensitat de la veu, etc., són alguns dels factors que poden modificar un determinat missatge i cal ternir en compte.
6. Distingir quan s'espera de nosaltres que escoltem o que, a més, aportem el nostre punt de vista.
7. Realitzar preguntes mentre l'altre ens transmet el seu relat augmenta la seva confiança en nosaltres, perquè d'aquesta manera li demostrem el nostre interès per allò que diu.
8. No minimitzar la rellevància ni menysprear el grau d'importància amb el qual la persona que tenim davant percep el seu problema.

7 de cada 10 farmàcies troben el professional que els cal a la borsa de treball de FEFAC*

* El 70% dels farmacèutics de l'empresarial troba els professionals que necessita gràcies a la nostra borsa de treball. Certament aquest és un dels serveis de FEFAC millor valorats pels socis, però treballem de valent cada dia per donar-te un cop de mà, sempre que ho necessitis, amb més i millors serveis i avantatges:

- Negociació del conveni col·lectiu
- Formació i conferències
- Xarxa de proveïdors amb descomptes exclusius
- Atenció personalitzada
- Assessorament immediat en matèria laboral, fiscal i jurídica
- Assessorament en subvencions
- Actualitat del sector gràcies a la newsletter diària
- Opinió i participació
- Accés a la borsa de treball

FEFAC
Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya

www.fefac.cat • E-mail: fefac@fefac.cat • Tel. 93 323 24 22
@FEFAC_farmacia www.linkedin.com/company/fefac/

Frena el sol,
frena el lupus

MATILDE RUIZ

Presidenta de l'Associació Lupus de Cantàbria

Matilde és presidenta de l'Associació Lupus de Cantàbria, la primera comunitat on s'ha presentat la campanya 'Frena el sol, frena el lupus' aquest any 2019.

Com vau conèixer l'existència de la campanya 'Frena el sol, frena el lupus'?
A través de Pilar Lucas, presidenta de l'Associació Catalana de Lupus (ACLEG), i posteriorment vaig contactar amb Antonio Torres, president de la Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya i impulsor de la campanya.

Per què l'associació esperava amb tantes ganes la implantació de la campanya a Cantàbria?
Perquè beneficia els nostres socis. Fa anys que lluitem perquè les cremes siguin tractades com a medicaments i no com a cosmètics per a les persones afectades de lupus i que puguin accedir a elles a preu reduït.

Per què són tan importants per als pacients amb lupus els protectors solars?
Els protectors solars són importants perquè el sol exacerba o desencadena les lesions de lupus en la pell de molts pacients, per tant, la fotoprotecció és necessària i és una part important del tractament. A més, en alguns casos, l'exposició al sol sense fotoprotecció pot desencadenar l'afectació dels òrgans interns en els pacients amb Lupus Eritematós Sistèmic.

Quantes persones de la vostra associació podran beneficiar-se?
Tenim 120 socis, però disposem d'un llistat d'afectats de 200 persones aproximadament. Cada any les convidem a la nostra jornada anual. Enguany els explicarem el funcionament d'aquesta campanya. Així es poden fer socis i beneficiar-se.

Què ofereixen des de l'associació?
Informació als socis, afectats, familiars i públic en general. Donem consells de com evitar la malaltia. Orientem i fem costat a persones recentment diagnosticades que tenen dificultats per acceptar la seva situació de malalt crònic. També realitzem trobades, tallers, celebrem el Dia Mundial del Lupus, realitzem dies de convivència...

Com pot ajudar el farmacèutic a les persones amb lupus?
La seva contribució és important per a l'ús racional dels medicaments, així com una bona comunicació farmacèutic/pacient. En nombroses ocasions la farmàcia de la zona, a la que acudeixes normalment, et soluciona petits problemes de salut, sense necessitat d'anar al metge; i altres cops són aquests professionals els que t'aconsellen anar al teu centre de salut.

Quina valoració fa de la campanya 'Frena el sol, frena el lupus'?
Estàvem desitjant poder oferir a Cantàbria la fantàstica campanya 'Frena el Sol Frena el Lupus', que ja gaudeixen altres comunitats i ciutats a Espanya. Fa dos anys que estem darrere d'això i ens fa molta il·lusió. El dia 20 de desembre de 2010 el Parlament de Cantàbria va aprovar, per unanimitat, la Proposició no de Llei per tal de considerar que les cremes de protecció solar fossin contemplades com a medicament i no com a cosmètic per a les persones afectades de lupus, però amb la crisi no es van dur a terme accions posteriors.

Comunitats i ciutats participants

A continuació es resumeixen les ciutats i comunitats autònomes que participen en la campanya 'Frena el sol, frena el lupus'. Actualment són 558 les farmàcies participants, donant cobertura al 51% dels malalts de lupus d'Espanya.

CANTÀBRIA (2019)

Cantabria ha estat la primera comunitat on la campanya 'Frena el sol, frena el lupus' s'ha presentat aquest any 2019.

JAÉN (2018)

A finals de 2018 'Frena el sol, frena el lupus va arribar a Jaén, on actualment participen 16 oficines de farmàcia.

PONTEVEDRA (2018)

L'estiu de 2018 la iniciativa 'Frena el sol, frena el lupus' va portar-se a Pontevedra, on 25 farmàcies van decidir que volien formar part del projecte.

MÚRCIA (2018)

'Frena el sol, frena el lupus' va arribar a Múrcia l'any 2018. Actualment són 23 les farmàcies murcianes que ofereixen aquest servei als seus pacients.

GRANADA (2018)

L'any 2018, les farmàcies de Granada van voler formar part de les ciutats del projecte 'Frena el sol, frena el lupus'. 10 oficines de farmàcia participen.

SEVILLA (2017)

L'any 2017 va ser molt important per a la implantació de la campanya 'Frena el sol, frena el lupus'. 60 farmàcies sevillanes van sumar-se a la iniciativa.

MADRID (2017)

Les farmàcies de la capital van voler sumar-se a la campanya 'Frena el sol, frena el lupus' l'any 2017. Actualment són 28 les que participen.

ASTÚRIES (2017)

L'any 2017 la iniciativa de FEFAC per fer arribar fotoprotectors de qualitat a pacients amb lupus arribava a Astúries, on actualment participen 44 farmàcies.

BALEARS (2017)

L'any 2017, 'Frena el sol, frena el lupus' arribava a Balears, on actualment participen 68 oficines de farmàcia d'aquestes meravelloses illes.

ARAGÓ (2016)

Aragó va ser la segona comunitat on es va implantar la campanya 'Frena el sol, frena el lupus', l'any 2016. Actualment participen 86 farmàcies aragoneses.

CATALUNYA (2015)

La campanya 'Frena el sol, frena el lupus' va néixer a Catalunya l'any 2015, de la mà de l'Associació Catalana Lupus E.G (ACLEG). 198 farmàcies participen.

EDF escuela de farmacia

Una experiencia de Formación

Tu equipo formado y motivado a coste cero

Escuela de Farmacia te propone cursos on-line bonificables a través de FUNDAE

Elige la formación y nosotros gestionamos tu bonificación

- 52 ventas asociadas a una correcta dispensación
- Marketing del Siglo XXI
- Introducción a la Dermocosmética
- Dermocosmética aplicada
- Patologías menores
- Gestión de equipos
- Inglés básico enfocado a la dispensación de medicamentos

Duración:
Del 27 de Marzo al 16 de Mayo

Inscripción:
Hasta el 20/03/2019

Más información
917 578 426 / 916 294 114
cursos@escueladefarmacia.es

G&M FARMA GESTIÓN Y MARKETING

Contenido de los cursos:

52 ventas asociadas a una correcta dispensación

El objetivo de este curso es plantear, de manera sencilla, 52 ventas asociadas / cruzadas (1 para cada semana del año) con el objetivo que el equipo lo ponga en marcha de forma inmediata en el día a día del mostrador.

Trabajaremos las distintas fases de la venta: acoger, conocer y convencer al cliente.

Marketing del Siglo XXI

Este curso parte de la necesidad del uso del Marketing en la Oficina de Farmacia, así como de mostrar el camino para orientar la farmacia hacia el cliente, con el fin de corresponder a las necesidades actuales de éste.

Estudiaremos Branding, estrategias de precio, tipos de merchandising, gestión por categorías y por último aprenderemos a realizar un Plan de Marketing.

Introducción a la Dermocosmética

El objetivo de este curso es dotar al alumno de unos conocimientos básicos pero muy rigurosos sobre la piel y el tratamiento dermocosmético adecuado a cada clienta que tengamos en la Farmacia.

Siempre informando desde el rigor del conocimiento. Tanto de la necesidad del cliente como de los activos que se trabajan en la dermocosmética, así como la manera de comunicar el tratamiento completo adecuado de cuidado de la piel en cada caso.

Dermocosmética Aplicada

El objetivo principal del curso es que el alumno conozca las características principales de las patologías faciales y capilares más comunes, para poder aconsejar adecuadamente a cada paciente, orientando los productos disponibles en la oficina de farmacia a las necesidades concretas de cada cliente. Resolución de casos prácticos.

Patologías Menores

Este curso de patologías menores se centra en acercar a la farmacia y a su equipo a un conocimiento más exhaustivo de las patologías menores más comúnmente trabajadas en el mostrador, a fin de ofrecer al cliente una atención más integral.

El farmacéutico, siempre reciclado y bien informado, es el principal aliado en la lucha de estas patologías menores.

Gestión de equipos

Nuestro equipo es el activo más importante que tenemos. Cuidarlo y mantenerlo motivado deber ser uno de nuestros principales objetivos.

Trabajaremos distintos aspectos que nos permitirán conseguir unos colaboradores felices de venir a trabajar, motivados y comprometidos. Todo ello redundará directamente en nuestro negocio.

Inglés básico enfocado a la dispensación de medicamentos

Tener nociones básicas de inglés para desenvolverse en situaciones habituales en la farmacia, es fundamental para poder desarrollar todo el potencial de nuestro trabajo.

Para ello vamos a trabajar sobre las necesidades y requisitos de los clientes, veremos los medicamentos más frecuentes, las recetas más frecuentes, estudiaremos los principios activos, analizaremos los efectos secundarios de los medicamentos, repasaremos las partes del cuerpo, haremos una breve descripción de síntomas, hablaremos de los posibles consejos, aprenderemos a gestionar las quejas y reclamaciones, ...

En Escuela de Farmacia os proponemos adquirir unos conocimientos básicos de inglés obteniendo como resultado una mejora en la atención al cliente.

Portugal negocia la sortida d'alguns fàrmacs oncològics de l'hospital a les oficines de farmàcia

Ana Paula Martins, presidenta d'Ordem dos Farmacêuticos (OF), l'associació que representa els farmacèutics portuguesos, va reunir-se el passat mes de desembre amb la ministra de Salut portuguesa, Marta Temido, que va poder conèixer de primera mà les prioritats d'intervenció en el camp de la farmàcia, medicaments i anàlisis clíniques de l'associació de farmacèutics portuguesa. Una de les prioritats de la presidenta d'OF va ser traslladar les directrius per tal de definir un camí de formació i un model de desenvolupament dels professionals farmacèutics portuguesos. Van compartir informació sobre alguns projectes en curs a les farmàcies (dispensació de medicació per a VIH i proves de diagnòstic ràpid) i la ministra va manifestar la voluntat política per començar a passar alguns medicaments oncològics dels hospitals a les farmàcies.

Regne Unit promou portar els nens a la farmàcia abans que al metge

La campanya de salut "Pharmacies First" impulsada pel govern del Regne Unit vol orientar el pacient pediàtric als serveis d'atenció primària en les farmàcies del país anglès, abans de portar-los als serveis d'urgències d'algun dels complexos hospitalaris de la xarxa nacional. L'objectiu d'aquesta iniciativa és reduir les llistes d'espera i estalviar recursos al sistema sanitari. Segons el National Health Service (NHS), les visites generals i serveis d'urgències per atendre complicacions menors, com el mal de panxa, costen 850 milions de lliures a l'any. No obstant això, recorden als pares que les visites al metge no han de ser posposades.

amc
www.amcgestion.com
93 457 20 98
www.amcgestion.com
info@amcgestion.com

150€/mes

TU TIENDA ONLINE DE FARMACIA

DISEÑO + MANTENIMIENTO + MARKETING

Diseño a medida
Conectada al ERP de tu Farmacia
Compra con atención farmaceútica (NUEVO)
Comparativa de precios vs competencia
Cálculo automático y manual de precios
Mantenimiento de promociones
Diseño de banners
Cambio de escaparate mensual
Diseño de temáticas (BlackFriday, Rebajas,...)
Campaña de Google Ads y Shopping

¿Todavía haciéndote tú mismo los banners? ¿Cambiando promociones?
¿Buscando imágenes? ¿Aprendiendo Google Ads?

rafaelhoteles by la pleta

Vive una experiencia inolvidable en Baqueira

PROMOCIÓN EXCLUSIVA

Consigue un descuento con el código promoncional **SKILAPLETA**

Registro Turisme de Catalunya - HVA000751

Bienvenidos a Rafaelhoteles by La Pleta

PROMOCIÓN EXCLUSIVA

Realiza tu reserva en **www.lapleta.com** o en **www.rafaelhoteles.com** con el código promocional **SKILAPLETA** y consigue un **5% de descuento adicional** en tu próxima estancia

Incluye salida tardía del hotel (bajo disponibilidad) y copa de cava de bienvenida

Descuento no acumulable a otras ofertas

Promoción sujeta a disponibilidad

(tasa turística no incluida: 2,48 € persona/día)

GASTRONOMÍA

La más amplia oferta del valle de Arán, con 4 restaurantes y jornadas con chefs con Estrellas Michelín.

SPA

El mejor bienestar para el cuerpo y la mente, con los tratamientos de salud y belleza más exclusivos.

CTRA. BAQUEIRA A BERET, S/N
25598 BAQUEIRA (LÉRIDA)

(+34) 973 645 550

reservas.lapleta@rafaelhoteles.com

www.lapleta.com

rafaelhotelesbyLaPleta lapleta lapletahotel

Edicions MIC
93 799 07 07
www.revistesamida.cat

Picture taken at Dinarobin Beachcomber Golf Resort & Spa

BEACHCOMBER

RESORTS & HOTELS

The Art of Beautiful

ISLA MAURICIO

EMPIEZA A DISFRUTAR DE TUS MEJORES MOMENTOS EN **WWW.BEACHCOMBER.COM**

La telemedicina, una realitat a la farmàcia francesa

En 2019 les farmàcies franceses poden oferir servei de telemedicina. Així ho especifica l'esmena signada el passat 6 de desembre per l'Assurance maladie, l'Union des Syndicats de Pharmaciens d'Officine (USPO) i la FSPF (Federació de Sindicats Farmacèutics de França). L'objectiu és que les persones grans i/o amb una salut fràgil amb dificultats per accedir a l'atenció sanitària, puguin accedir al seu metge o hospital a través de l'equip de la farmàcia local. Les teleconsultes es realitzaran amb l'atenció coordinada del pacient amb el metge o amb un metge conegut. En la seva absència, es portaran a terme en el marc d'una organització territorial coordinada (comunitat professional del territori de salut o equip d'atenció primària). Totes les farmàcies podran oferir aquest servei, sempre que disposin d'un espai que garanteixi la confidencialitat del pacient i de l'equipament necessari com videoconferència, un estetoscopi i un otoscopi connectat, un oxímetre i un monitor de pressió arterial. L'assegurança de salut compensarà fins a 1.125 euros el primer any i 350 euros els anys següents, una part dels costos generats per aquest servei. També es preveu una contribució fixa de 200 a 400 euros per al temps dedicat.

Aquest servei és la culminació de més de cinc anys de treball de l'USPO amb les autoritats públiques i l'assegurança de salut perquè la farmàcia sigui reconeguda com un lloc privilegiat per garantir una consulta remota en condicions de seguretat i confiança.

Informe sobre serveis de vacunació a Europa

L'informe "The organization and delivery of vaccination services in the European Union", realitzat a petició de la Comissió Europea, recull informació sobre els serveis de vacunació a la Unió Europea, centrant-se en vacunes contra el xarampió i antigripals per adults. Proporciona una revisió sistemàtica dels factors relacionats amb el sistema de salut, una anàlisi comparativa de les experiències del país i un conjunt de fitxes que descriuen els programes de vacunació als estats membres. L'informe destaca diferències substancials en la governança, provisió i finançament, així com diferències en els tipus de proveïdors sanitaris implicats, com per exemple, un paper creixent de les farmàcies en la provisió de vacunes antigripals.

amc
www.amcgestion.com
93 457 20 98
www.amcgestion.com
info@amcgestion.com

TU PÁGINA WEB DE FARMACIA
DISEÑO + MANTENIMIENTO + WIDGETS
500€/año

Widget Informativos
Información corporativa de la farmacia, equipo,...
Ficha ubicación, horarios, guardias
Galería de imágenes y tour vitual
Presentación de servicios

Widgets de Comunicación
Blog corporativo (Wordpress), Redes sociales,...
Noticias de salud de tu comunidad (Automático)
Noticias de salud nacional (Automático)

Widgets interactivos
Trabaja con nosotros
Eventos: capta clientes
Muestras las ofertas de tu farmacia
Cita previa
Encargo exprés
Click and Collect (pago online y recogida en tienda)
Solicitud de Tarjeta cliente
Solicitud de SPD (Nuevo)
Fórmulas magistrales (Nuevo)
Solicitud visita comercial (Nuevo)

CUC MUSICAL

El tic que es produeix quan una melodia entra en la teva ment i no aconsegueix sortir és conegut com a "cuc musical" o "cuc auditiu". Aquest fenomen prové de l'anglès "earworm" i té segles d'antiguitat. Alguns psicòlegs pensen que es produeix perquè el cervell intenta completar una melodia inconclusa mentre que uns altres creuen que és una manera que la ment continuï treballant mentre està ociosa. Les melodies simples, repetitives i amb patrons rítmics són les que acostumen a activar el cuc, encara que depèn de la persona, segons informa Oliver Sacks en el seu llibre *Musicofilia*. Segons un estudi de la Universitat de Londres, el 90% de la població experimenta aquesta síndrome almenys un cop a la setmana. La bona notícia és que aquest efecte pot combatre's escoltant una altra cançó o mastegant xiclet.

SABIES QUE...?

Les persones que es desplacen diàriament a través d'entorns naturals reporten millor salut mental, segons un estudi liderat per l'Institut de Salut Global de Barcelona (ISGobal), un centre impulsat per la Fundació "la Caixa". Els participants de l'estudi pertanyen a quatre ciutats europees entre elles Barcelona, on es van realitzar 3.599 enquestes. L'anàlisi mostra que les persones que viatgen diàriament a través d'entorns naturals tenen una puntuació superior de salut mental que les que viatgen amb menys freqüència a través d'aquests espais. Aquesta associació va ser encara més forta entre les persones que van declarar practicar el transport actiu (caminar o anar en bicicleta). En aquest cas els entorns naturals es van definir com els espais a l'aire lliure públics i privats que contenen elements naturals "verds" i/o "blaus", com arbres als carrers, boscos, parcs urbans o naturals i cossos d'aigua.

CONSELL DE SALUT

Ariadna Ortiz, dermatòloga de l'Hospital Santa Caterina (Girona) i directora mèdica de Pierre Fabre Dermocosmètica

La dermatitis atòpica *és una malaltia inflamatòria crònica, repetitiva i amb molta picor que afecta fonamentalment els nens petits, tot i que pot perllongar-se o aparèixer de nou en l'edat adulta. En ella existeixen factors genètics que comporten una alteració de la barrera cutània, de manera que es produeixen esquerdes que serveixen de porta d'entrada a agents irritants, al·lergògens i bacteris, alhora que es perd aigua i la pell està més seca. A més, el sistema immunitari s'altera, la qual cosa facilita reaccions al·lèrgiques i activa la inflamació. Les zones més afectades en menors d'un any són galtes, braços i abdomen. En nens de més d'un any de vida, els plecs. En el cas d'adults, cara, coll i mans. Sobreinfecció per gratat i elevat impacte en la qualitat de vida són les complicacions més freqüents d'aquesta malaltia.*

Un dels pitjors enemics d'aquestes pells són les cures amb productes inadequats. L'ocupació d'ingredients potencialment irritants i/o al·lèrgics pot desencadenar brots en aquestes pells. A més, existeixen altres factors externs com el fred, calor, humitat, estrès, roba sintètica, etc. El sol pot millorar la pell atòpica, però és fonamental l'ús de fotoprotectors específics, ja que determinats ingredients empitjoren la patologia.

La dermatitis atòpica empitjora durant els mesos d'hivern a causa de les baixes temperatures, els canvis bruscs de temperatura i una major deshidratació. El fred deshidrata la pell, afavorint l'aparició d'èczemes. És bàsic fer servir productes emol·lients que hidratin la pell i protegeixin la barrera cutània de les agressions externes. Aquests emol·lients han de ser específics per a pells atòpiques, lliures de substàncies irritants o potencialment al·lergògenes, amb el mínim nombre d'ingredients, sense conservants i cosmèticament estèrils, per evitar la sobreinfecció del producte per la seva utilització. Estudis científics demostren que l'ús de determinats productes d'higiene i emol·lients específics poden disminuir el nombre de brots de dermatitis atòpica i millorar l'estat de la pell.

LLIBRE RECOMANAT

Anecdotari d'una vida mèdica escrit pel doctor **Josep Morera Prat** és un recull d'anècdotes explicades amb gran sensibilitat i sentit de l'humor, que mostren la relació metge-malalt, posant de manifest el coneixement del metge, la confiança dels malalts i dels companys i on es fa palès l'humanisme de l'autor amb el seu gran bagatge cultural. Algunes històries quasi són detectivesques. Des de Conan Doyle, que tots els metges ho són una mica, com a mínim de curiosos tafaners. I d'altres tenen un caràcter sorpresa enfront de l'atzar que algú prendrà com a esotèriques. Aquest és el primer llibre no estrictament mèdic de l'autor, especialista en Medicina Interna i Pneumologia i doctor per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Actualment es dedica a la medicina privada des de la seva jubilació com a cap del Servei de Pneumologia de l'Hospital Germans Trias i Pujol de Barcelona.

FRASE CÈLEBRE

"Si vostè fa el que jo no puc i jo faig el que vostè no pot, junts podem fer grans coses". ***Teresa de Calcuta***

Medik8®

BEAUTIFUL SKIN FOR LIFE

Entendemos la importancia de la vitamina A para la piel. Esta poderosa molécula ayuda a combatir las lineas finas y las arrugas mientras promueve una tez más radiante y de tono uniforme. Descubre más hoy.

www.medik8.es @medik8_es

Distribuido en España por Pure Skincare Cosmeceutica
tel: 936 971 730

Los demás bancos te van a atender, solo nosotros te vamos a entender.

Contar con más de 50 años de experiencia en el sector farmacéutico nos ha convertido en expertos en reconocer y tratar los síntomas del negocio farmacéutico, para ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades y circunstancias de miles y miles de farmacias de nuestro país.

Hablamos tu idioma. ¿Hablamos?

901 10 10 15
info@bancofar.es
bancofar.es

Bancofar
HEALTH BANKING