

Fefac

Setembre 2019 | N° XIV

Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya



El 'consulti amb el seu farmacèutic'... al món digital



Entrevista

*Jaime Acosta, farmacèutic i
membre del comitè de la FIP*

Gestió

*Com treballar la reputació
online a la farmàcia*

Entrevista

*Ricard Troiano, president
de Farmamundi*





Universidad
de Alcalá

MÁSTERES PROPIOS EN

■ ATENCIÓN FARMACÉUTICA COMUNITARIA

60 créditos ECTS • 879,65 € • Preinscripción abierta

■ DIETÉTICA Y DIETOTERAPIA

60 créditos ECTS • 939,65 € • Preinscripción abierta

■ CUIDADOS A PACIENTES CON ENFERMEDAD PSIQUIÁTRICA Y NEUROLÓGICA

60 créditos ECTS • 759,65 € • Preinscripción abierta

■ ATENCIÓN FARMACÉUTICA INTEGRAL EN TODOS LOS NIVELES ASISTENCIALES

60 créditos ECTS • 879,65 € • Preinscripción abierta

■ CONTROL Y GESTIÓN DE PLAGAS

60 créditos ECTS • 639,65 € • Preinscripción abierta

La metodología de estos másteres es on-line, se pueden realizar cómodamente desde cualquier lugar y sin necesidad de desplazarse.

Durante todo el curso se dispone de un aula virtual con tutorías personalizadas.

**MODALIDAD
ON-LINE**

GENERAL ASDE

Formación

Convenio de
colaboración en estudios
propios de la UAH

**Para más información
sobre la inscripción:**

salud@generalasdeformacion.com

<http://www.generalasdeformacion.com>

Teléfono: 963 391 787

SUMARI

FEDERACIÓ D'ASSOCIACIONS DE FARMÀCIES DE CATALUNYA

SETEMBRE 2019

NÚMERO 14

7

Actualitat
Tendències



8

Actualitat
Reflexions de Junta

10

Entrevista
Farmàcia digital



14

Gestió
Reputació online

16

Entrevista
Farmàcia wellness



20

Proveïdors
*SegurCaixa Ciberriscos
Visegurity*

23

Formació
Nous cursos!



26

Entrevista
Farmamundi



28

Prensa
Què diu la premsa de nosaltres?

31

Farmàcia Internacional

33

**Llibres
recomanats**



34

Miscel·lània

EL 'CONSULTI AMB EL SEU FARMACÈUTIC...' AL MÓN DIGITAL

"Llegeixi les instruccions d'aquest medicament i consulti amb el seu farmacèutic" és una frase implantada en la societat que permet a tot ciutadà saber si del que es fa publicitat és un medicament o no. Per a garantir la salut i la seguretat del medicament, l'únic canal segur de custòdia és el que ofereix la farmàcia i el farmacèutic, el professional més format en les seves característiques, ús i correcta administració, així com en els efectes secundaris que aquest produeix en l'organisme.

Això és així a la farmàcia física i ha de traslladar-se a l'online, com ha recordat recentment l'Aemps en una nota informativa sobre venda de medicaments a través de llocs web i aplicacions mòbils. La normativa exigeix que només puguin dispensar medicaments a través d'internet les farmàcies, sempre que estiguin acreditades i compleixin una sèrie de requisits, i sempre que la venda es realitzi directament entre farmacèutic i pacient, sense intermediaris, complint amb el principi de dispensació.

Espanya compta amb una xarxa de farmàcies accessibles i pròximes a la població que ofereix el servei del medicament de manera global. La suma de totes elles, siguin grans o petites, és la clau de la seva fortalesa. L'usuari valora com a útil aquest establiment, sent el farmacèutic el professional de la salut més pròxim i accessible que respon a les seves necessitats. En el món online han de traslladar-se aquests valors, aportant la farmàcia qualitat i seguretat, fent que la informació que rep el pacient final respecte a la seva salut sigui la correcta, gràcies al poder de difusió dels hàbits que afavoreixen la salut, prevenció i detecció del farmacèutic.

En aquesta edició de la revista FEFAC, el lector coneixerà l'opinió de l'empresarial sobre el dret del pacient a la seguretat del medicament i els serveis de salut garantits per la farmàcia comunitària. També la visió del farmacèutic Jaime Acosta, que en l'entrevista realitzada ens fa reflexionar sobre com serà la digitalització i cap a on ens dirigim. En el futur, les farmàcies hauran d'establir mecanismes per a relacionar-se amb el pacient en aquest entorn online. Per aquest motiu, creiem que és important treballar la presència online de la farmàcia i per això incloem un article sobre reputació de les farmàcies en l'entorn digital.

La digitalització de la salut és una tendència de futur en la qual hem centrat aquesta edició, però també tractem d'altres, com la importància de la naturalesa per a la salut de les persones, en un entorn en el qual les empreses comencen a aplicar 'wellness' per a millora del benestar, tant dels treballadors com dels clients que visiten els seus establiments.

Des de l'empresarial volem facilitar serveis útils en el context de la digitalització, i per això incorporem nous proveïdors, com SegurCaixaCiberriscos, perquè avui qualsevol error pot provocar la reclamació d'un tercer que derivi en una multa, especialment quan tractem les dades de salut dels nostres pacients. Amb l'arribada del nou curs, et recordem la nova oferta formativa que oferim amb Thuya Escola. Finalment, estrenem també una secció de lectura, en la qual coneixerem les últimes novetats de Farmàcia, Empresa, Salut i Benestar.



Comissió de Comunicació

Antoni Torres
Ignasi Marcet
Marina Oriol
Xavier Robinat
Oscar Doñate
Carme Rigall
Dolores Rodríguez
Montse Corona
Núria Esposa

Direcció i redacció

Laura Clavijo

Adjunta a redacció

Lucía Gallardo

Adjunta a producció

Montse Ruiz

Suport disseny

Kaminsky

Edita

Federació d'Associacions de
Farmàcies de Catalunya (FEFAC)

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

Producció Editorial



Tel. 93 799 07 07
www.revistesamida.cat

D.L B-17069-2015



TODO NOS CONDUCE A TI



A tu lado, nos hemos convertido en **líderes en distribución** de especialidades y artículos de parafarmacia. Para que en todo momento puedas ofrecer la mejor atención a tus pacientes.

 **grupoHEFAME**



MONGAY M COSTABELLA

PROYECTOS DE REHABILITACIÓN Y REFORMA

VIVIENDAS

**LOCALES
COMERCIALES**

OFICINAS

**ESPACIOS
SANITARIOS**

Tendències actuals en el món digital per impulsar el mercat

Per donar resposta al nou perfil d'usuari, cada cop més rellevant i proactiu, pren força el concepte 'd'orquestració', que tracta de connectar la gent i de compartir dades, amb l'objectiu de crear una experiència de client excepcional, segons Julio Portabella, director de Tecnologia d'IQVIA.

El sector farmacèutic està molt centrat a desenvolupar innovacions en el món digital que contribueixin a promoure un creixement del mercat. Així es va posar de manifest en el I Fòrum d'IQVIA que aquesta consultora va celebrar el passat mes de maig a Madrid per analitzar les últimes tendències de comercialització. La bona marxa d'aquest mercat ho demostra el fet que el valor mitjà de la cistella de la compra d'aquests productes arribi a l'actualitat als 60,50 euros, amb una mitjana de 5,1 productes, principalment del segment antiedat, segons dades aportades per Elena Chailazopoulou, cap d'e-Market Intelligence de Convert Group. L'e-commerce de farmàcia representa un volum de 130 milions d'euros. El 54% de les vendes correspon als productes per a la cura personal, el 33% als OTC i un 8% de l'àrea de nutrició. L'augment de les compres online està relacionat amb el paper cada cop més rellevant i proactiu del pacient-consumidor, segons va quedar palès durant la jornada. "Es tracta d'un consumidor que utilitza la tecnologia per controlar la seva salut i actuar abans que apareguin els senyals d'alarma, que busca a la xarxa informació per prendre les seves pròpies decisions i que demanda solucions individuals", va afirmar Miguel Martínez, director d'Offering, Data Supply and Client Services d'IQVIA. Per donar resposta a aquest nou perfil d'usuari, cada cop pren més força el concepte "orquestració", que tracta de connectar la gent i de compartir dades, amb l'objectiu de crear una experiència de client excepcional", assenyala Julio Portabella, director de Tecnologia d'IQVIA a Espanya.

Eina per analitzar l'e-commerce de la farmàcia

Els assistents al fòrum també van poder comprovar que conèixer el compor-



Concha Almarza, directora general d'IQVIA en el I Fòrum d'IQVIA celebrat aquest any a Madrid.

tament dels consumidors a l'hora de comprar i les dinàmiques del mercat és una estratègia molt potent. En aquest sentit, durant la jornada es va presentar l'eina d'IQVIA i Convert Group anomenada eRetail Audit, una plataforma que

*“El consumidor
utilitza la
tecnologia per
controlar la salut”*

permet conèixer l'evolució de les vendes d'e-commerce de la farmàcia. Aquest sistema recopila en temps real de forma automàtica les dades de compra, ana-

litza les cistelles i l'evolució de marques concretes o categories, relaciona vendes amb comportaments de compra i ajuda a comprendre l'impacte de les accions de marketing online. Ho fa amb garantia de confidencialitat i de forma transparent, segons es va informar durant la sessió de presentació d'eRetail Audit.

L'ús de les noves tecnologies també està evolucionant pel que fa a la visita farmacèutica, amb la visita remota, sistema que està potenciant IQVIA. La consultora ha realitzat més de 50.000 visites online a metges especialitzats (52%), farmàcies (17%), metges d'Atenció Primària (6%) i altres tipus de professionals sanitaris. La durada mitjana de la conversa és de 15,81 minuts, que ascendeixen fins als 35,3 minuts en el cas de les farmàcies, per la tasca de formació que realitzen els visitadors.



El dret del pacient a la seguretat del medicament i als serveis de salut garantits per la farmàcia comunitària

La farmàcia ha de liderar una resposta que es converteixi en l'alternativa a l'actual proliferació d'intermediaris que, en els últims anys, han aparegut en el sector. Aquesta solució requereix la participació dels col·legis oficials de farmacèutics i l'empresarial, d'acord amb l'Administració.



FEAC
Federació d'Associacions
de Farmàcies de Catalunya

El farmacèutic és, en la majoria d'ocasions, el primer o últim professional sanitari en contacte amb les persones per a ajudar-les a resoldre els seus dubtes. Aquest professional es caracteritza per la seva capacitat d'actuació en qualsevol lloc del territori, de forma immediata, sense esperes i sense cost afegit, aportant la màxima equitat en l'accés al medicament en tot el territori. Nombrosos estudis reconeixen la qualitat del servei farmacèutic i el seu consell, tant a Espanya com a escala internacional.

Paper de la farmàcia al món digital

La capacitat de recomanació és el principal valor del farmacèutic en el món físic i així ha de traslladar-se d'igual manera al món digital que, amb l'arribada de les noves generacions i els avanços tecnològics existents, suposarà un augment del públic objectiu. A això cal sumar l'augment de la població amb necessitats d'atenció com a conseqüència de l'envel·liment, que fa que apareguin ciutadans dependents que requereixen cures especials en el seu domicili.

En aquest context, la farmàcia ha d'arbitrar una solució, liderant una resposta professional que, juntament amb l'Administració i complint la normativa vigent, es converteixi en l'alternativa a l'actual proliferació d'intermediaris que, en els últims anys, han aparegut en el sector, amb les consegüents denúncies i intervenció ulterior de les autoritats, amb la finalitat de garantir la seguretat i salut del ciutadà.

El medicament, com a eina de salut o recurs sanitari que és, està regulat de manera exhaustiva per la legislació. Així,

l'únic canal professional que garanteix la protecció i custòdia del medicament per al bé i la salut de la població és la farmàcia, sent el farmacèutic el professional més format en les seves característiques, ús i correcta administració, així com en els efectes secundaris que aquests produeixen en l'organisme.

“L'únic canal professional que garanteix la protecció i custòdia del medicament per al bé i la salut de la població és la farmàcia”

Això és així en la farmàcia física, però també en el món online, la normativa del qual exigeix que només les puguin vendre medicaments a través d'internet, sempre que estiguin acreditades i compleixin una sèrie de requisits i sempre que la venda es realitzi directament entre farmacèutic i pacient, sense intermediaris, complint amb el principi de dispensació. La venda a través de plataformes digitals trenca

aquest model de salut, en introduir una tercera persona en el moment del lliurament del medicament al ciutadà, un factor de descontrol absolut que banalitzava el medicament i el rebaixa al nivell d'un mer bé de consum més, afavorint un model basat exclusivament en el negoci i no centrat en la salut.

Dir “NO” per protegir la salut

Davant aquesta situació, el farmacèutic deu poder dir “NO” a les peticions inadequades per part del ciutadà, perquè aquest “NO”, malgrat el perjudici econòmic que genera, protegeix la salut del ciutadà. No usar el “NO” ens converteix en mers venedors, amb l'únic objectiu de benefici econòmic, i tractant l'oficina de farmàcia com un negoci qualsevol més.

El mateix sector, des dels col·legis oficials de farmacèutics i des de l'empresarial de farmàcies, en acord amb l'Administració, ha de liderar la resposta que demanden els ciutadans, de manera que es respecti el principi de llibertat d'elecció o designació en cas del pacient, sense buscar en aquesta solució el mer negoci o diferenciació competencial entre farmàcies, amb la finalitat de millorar les prestacions del servei farmacèutic globalment.

Marca “farmàcia”

La farmàcia com a “marca” és rellevant, perquè és una xarxa que ofereix el servei del medicament de manera global. Totes les farmàcies, siguin grans o petites, són imprescindibles en aquesta xarxa. La suma i el conjunt és la clau de la seva fortalesa,

la qual cosa fa que l'usuari valori a aquest establiment com a útil, sent el farmacèutic un professional sanitari pròxim i accessible que respon a les seves necessitats.

Per a garantir la salut i la seguretat del medicament, l'únic canal possible de custòdia és el que ofereix la farmàcia i el farmacèutic, amb les funcions sanitàries que es deriven. Davant la voràgine tecnològica i els avanços en salut, aquest canal pròxim i accessible garanteix que es compleix la normativa de qualitat i seguretat, i que la informació que rep el pacient final respecte a la seva salut és correcta, gràcies al seu poder de difusió de la salut, prevenció i detecció.

Com actuar darrere del taulell per a atendre un missatger de Glovo?

Des de l'empresarial s'ha publicat, a la secció "El Semàfor del Soci", la segona denúncia de la FEFAC presentada davant del Departament de Salut a l'empresa Glovo. Des de la seva publicació, aquesta notícia ha suscitat l'interès dels mitjans de comunicació, tant especialitzats com generalistes. La mateixa companyia va emetre un comunicat en el qual assegura que els seus repartidors actuen com a mandataris verbals dels usuaris que sol·liciten medicaments no subjectes a prescripció mèdica. Aquest comunicat també recalca que "si un farmacèutic dispensa de forma presencial un medicament que requereix recepta mèdica, és responsabilitat pròpia de la farmàcia que l'ha dispensat, no de la plataforma".

La farmàcia està obligada a dispensar

Des de l'empresarial, us recordem que la farmàcia està obligada a dispensar amb les

limitacions normatives i a contactar amb el pacient en tots els casos, a fi i efecte de dur a terme la dispensació (molt més que una simple venda), dels medicaments.

Així mateix, cal partir del principi de dispensació presencial, i de la prohibició de dispensació a distància, sigui per correspondència o per mitjans telemàtics, excepte en els casos en què la normativa de desenvolupament ho permeti (avui dia, tan sols està autoritzada la dispensació a distància de medicaments d'ús humà no subjectes a prescripció elaborats industrialment a través de les pàgines web de les oficines de farmàcia autoritzades).

Adicionalment, el farmacèutic respon del correcte estat del medicament que es dispensa, i del fet que aquest no patirà cap minva ni alteració en la seva qualitat en el transport.

Medicaments amb recepta

Pel que fa a les dispensacions de medicaments que requereixen recepta mèdica, us recordem que no podem dispensar el medicament si no presenten la recepta privada original o l'oficial, i que ha de quedar en possessió de la farmàcia, a l'apartament corresponent.

Al nostre entendre, la interposició d'un intermediari sense cap vincle amb el pacient en el procés de transmissió del medicament impedeix al farmacèutic dur a terme l'acte de dispensació, atès que en cap moment té contacte directe amb el pacient ni amb cap persona que hi mantingui un vincle que permeti la implementació final del consell farmacèutic que en cada cas hagi pogut donar el farmacèutic.

Per tant, la intervenció d'intermediaris descrita, podria considerar-se com una dispensació a distància de medicaments no permesa legalment, i com a tal, susceptible de ser sancionada.

Finalment, recordar que en cap cas s'han d'acceptar devolucions de medicaments, està expressament prohibit.



“La interposició d'un intermediari sense cap vincle amb el pacient en el procés de transmissió del medicament impedeix al farmacèutic dur a terme l'acte de dispensació”



Farmàcia digital

JAIME ACOSTA

Farmacèutic i membre del comitè de la FIP

Jaime Acosta ha estat nomenat per la Federació Farmacèutica Internacional (FIP) membre d'un fòrum d'anàlisi sobre noves tecnologies en farmàcia. En aquesta entrevista ens apropa al panorama de la farmàcia online en els pròxims anys, des de la seva experiència i visió digital.

El món online ocupa bona part de les nostres vides, tant a escala personal com professional. Quina és la teva valoració de com afecta el món online al sector farmacèutic?

La tecnologia òbviament ha arribat per quedar-se. La farmàcia a Espanya ha estat pionera en informatització, tant en la relació amb els seus proveïdors, facturació, i ara especialment en la nostra relació amb l'Administració a través de la recepta electrònica. La digitalització fa els processos més segurs, barats, i en general més còmodes per als nostres clients. Tot i això, existeix una revolució pendent pel que fa al servei de productes, relació amb els pacients i els prescriptors (també de l'àmbit privat) i atenció farmacèutica digital. Sóc optimista respecte a això, també per la pressió de servei que fan altres operadors de gran consum (els "colossos" d'internet), que precipitarà els processos necessaris, amb els quals els nostres clients ja ens comparen. Ho estem veient incipientment. Com a sector, personalment crec que seria més intel·ligent aprofitar-ho i ser de nou pioners pujant el llistó a altres agents, que denunciar-lo i oposar-se per a resistir. Els nostres pacients poden cada vegada entendre menys que la cosa habitual en altres canals sigui inexistent a la farmàcia. No crec que puguem mantenir-nos aïllats d'això.

Quin seria el dibuix de la situació de les farmàcies a escala digital?

En general, com deia, crec que la farmàcia s'ha anat incorporant raonablement a la digitalització, però queda pendent per veure com ens adaptarem a la Quarta Revolució Industrial:

“El futur digital és prometedor per a qui s'anticipi, evolucioni i s'adapti a les noves possibilitats i necessitats de pacients i sistema”

internet de les coses, *wearables* i sensors, gestió de dades (intel·ligència artificial, algorismes, *blockchain*), automatització, telefarmàcia, realitat modificada, terapèutica digital, assistents digitals i *chatbots*, impressió 3D... Tot això, juntament amb la millora que la recepta electrònica pot oferir-nos i que de moment està pendent, promet

fer-nos millors i més accessibles per als nostres clients i pacients. El futur digital és prometedor per a qui s'anticipi, evolucioni i s'adapti a les noves possibilitats i necessitats de pacients i sistema. Veurem cada vegada més canvis i més ràpids.

Quines recomanacions donaries a una farmàcia que encara no té presència digital?

Únicament que ho miri amb ulls despassionats, i que valori objectivament les oportunitats i riscos que provoquen... incloent el cost de no fer res mantenint l'actual *statu quo*. El digital és molt més que una moda, òbviament més que comunicar per xarxes socials, i en el futur més que vendre pel clàssic e-commerce. Resulta impossible evitar el digital si es vol ser viable a mitjà termini, com a farmàcia i com a sector. Hem pujat molts graons, i tenim encara l'oportunitat d'anticipar-nos i continuar pujant-los els primers.

Quines eines o canals són bàsics, des del teu punt de vista, per a estar present a internet?

Crec que cal veure on estan els nostres clients, què fan, i especialment què esperen de nosaltres, també en altres canals i per altres agents, especialment els més grans. Col·lectivament tenim un gran potencial: nombrosos punts d'atenció amb gran accessibilitat, i es-



pecialment amb altíssima capacitat gràcies al model professional que tenim a Espanya. 22.000 punts d'atenció amb almenys un graduat de farmàcia sempre disponible és imbatible avui dia. Enfront d'un model concentrat, economicista, liberal centrat en preus i en productes, oferim un model professional d'atenció al pacient, pròxim, humà i en el llenguatge que aquest entén. També serà així en l'entorn digital.

Quin consell podem donar a les farmàcies que ja estan presents al món online per a una correcta i adequada gestió de la seva reputació online?

Pel que fa a la reputació, gràcies al món digital som més transparents i vulnerables. Qualsevol pot posar una queixa electrònica pública en qualsevol de les xarxes en les quals està la farmàcia (i recordem que en moltes poden ser uns altres els que ens donin d'alta sense participació ni consentiment de la farmàcia). En general crec que és bo, perquè ens incentiva a prestar sempre el millor servei, i a explicar els motius dels nostres actes als nostres clients (especialment aquells que no els agraden), ens ofereix informació molt valuosa sobre ells i les seves opinions, i premia a qui presta bona atenció. És útil complementar aquests canals de satisfacció amb els propis de la farmàcia (incloent-hi els anomenats clients misteriosos), promoure el seu ús als clients: enquestes de satisfacció digitals, pantalles tàctils d'experiència d'ús, o fins i tot taulers on els clients exposen per escrit les seves opinions sobre el servei rebut no només permet evitar a vegades queixes públiques i obtenir també informació, sinó oferir una imatge de trans-

parència i cura dels mateixos clients que aquests aprecien i utilitzen. Personalment ens va resultar molt útil una campanya per la qual premiàvem amb un detall simbòlic a clients que ens ressenyaven públicament: poc sorprenentment, la immensa majoria de les nombroses ressenyes que rebem durant la campanya van ser molt positives, i la nostra qualificació pública és raonablement bona.

Quins serien els errors que podem cometre fàcilment?

En general veure internet només com un canal unidireccional, o exclusivament com un canal de màrqueting, o fins i tot de venda de producte. Requereix atenció, dedicació, coneixement i creativitat, i per a les eines que requereixen determinades inversions i coneixement tecnològic, ineludiblement d'un consens i de lideratge per les nostres patronals, cooperatives i col·legis, a vegades en col·laboració -com ja s'està fent- amb agents externs o empreses tecnològiques.

Com creus que serà el panorama de la farmàcia online en els pròxims anys?

En l'àmbit de la salut ens permetrà no només oferir nous serveis, sinó també digitalitzar gran part de la nostra activitat sanitària cap als pacients. Aquesta digitalització no afectarà només la nostra activitat logística (també en el lliurament de productes a client final, incloent-hi medicaments) sinó la sanitària que prestem ara. El lliurament de para-farmàcia, dispensació de medicaments, consultes, seguiment i segmentació sanitària dels pacients podrà fer-se digitalment i a distància, i en molts casos de manera automatitzada, de manera que

“El lliurament de parafarmàcia, dispensació de medicaments, consultes, seguiment i segmentació sanitària dels pacients podrà fer-se digitalment i a distància”

el farmacèutic podrà enfocar la seva activitat en problemes més complexos i fer més i oferir més valor a pacients i sistema. Actualment estic molt interessat en com incorporar noves eines a la nostra activitat, i estic entusiasmat amb el futur que tenim al nostre abast. Per exemple, la International Pharmaceutical Federation (FIP) ha creat un grup de treball sobre això, amb l'objectiu de permetre aprofitar-les a farmacèutics i organitzacions professionals nacionals.

Podries explicar-nos una miqueta com és la teva experiència personal, com a farmacèutic o com a farmàcia, en el món online?

La meua experiència digital, tant personal com professional ha estat en general molt satisfactòria, fins i tot amb els nombrosos errors que he comès, que han suposat a vegades un aprenentatge no sempre agradable, però útil a llarg termini. Personalment he après molt, conegut gent molt interessant, i m'ha obert oportunitats professionals impossibles en un món analògic. Sóc un de la majoria als quals la tecnologia ha canviat la seva vida professional i personal. Pel que fa a la farmàcia, crec que, encara que queda molt camí per recórrer, ja està fent-la millor i més accessible als meus clients, dins de les limitacions que la normativa imposa.

“Col·lectivament tenim un gran potencial: nombrosos punts d'atenció amb gran accessibilitat, i especialment amb altíssima capacitat gràcies al model professional que tenim”

Dispositiu
respiratori

SHAKER™

molt efectiu i fàcil d'utilitzar, el que
afavoreix la mobilització i l'eliminació
de la mucositat respiratòria
mitjançant transmissió
vibracional.

- ✓ Basat en l'efecte de pressió expiratòria positiva oscil·lant a nivell de bronquis
- ✓ Facilita l'expectoració ajudant a mobilitzar la mucositat acumulada
- ✓ Allibera les vies respiratòries de secrecions acumulades
- ✓ És molt eficaç en el tractament de:
 - MPOC
 - ASMA
 - EMFISEMA
 - FIBROSI QUÍSTICA
 - BRONQUITIS CRÒNICA
 - BRONQUIECTÀSIA

*Provat i recomanat per als serveis respiratoris de
diferents hospitals*

BIOCORP
EUROPA

www.biocorp.es
www.powerbreathe.es 943 577 614

**NOU
MODEL**
Autoclavable



 **Pharmasor®**
división farmacéutica de soria natural

innovación natural

plantas medicinales · homeopatía · complementos nutricionales

**Pharmasor, la División Farmacéutica de Soria Natural, ofrece soluciones naturales
eficaces de calidad basadas en un criterio de innovación constante.**

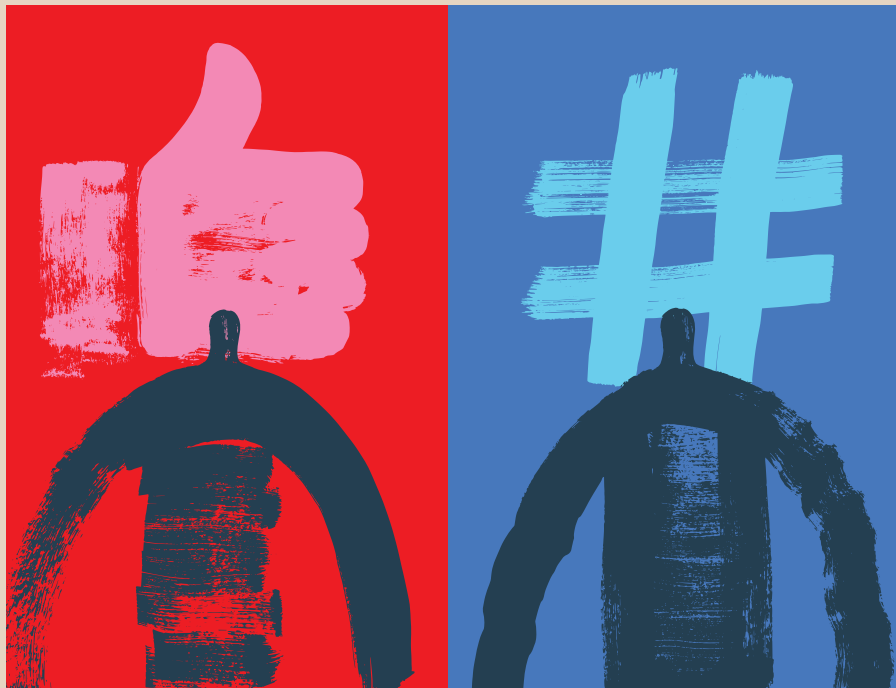
 **venta en
farmacias**

SORIA NATURAL S.A.
Polígono La Sacea, s/n - 42162 - GARRAY / SORIA / ESPAÑA
tel. (+34) 975 252 022 · fax (+34) 975 252 011 · www.pharmasor.es





Com treballar la reputació online



La farmàcia, amb els seus professionals sanitaris, és un dels serveis millor valorats per la població. Al cap i a la fi, els farmacèutics es dediquen a facilitar assessorament amb l'objectiu de millorar la salut de les persones. Per aquest motiu, totes les farmàcies volen oferir el millor servei als usuaris que els visiten. Abans, amb això era suficient, però ara no només podem preocupar-nos per la nostra farmàcia física, sinó que també hem de tenir en compte la nostra imatge en el món digital.

Luis de la Fuente, CEO de Mediformplus

Treballar la nostra reputació online comporta una tasca i preocupació afegida per a la farmàcia, però per això no hem de fugir d'internet, ja que perdríem una gran oportunitat de captar nous clients i fidelitzar els existents en un canal que, actualment, és el més utilitzat per tots nosaltres. En aquest punt, és moment de preguntar-se com cal treballar la reputació online de la nostra farmàcia.

Comencem dient que la reputació online ha d'anar estretament lligada a la reputació de la farmàcia física, ja que una afectarà l'altra. Per tant, al món digital no hem de fer res que no faríem a la farmàcia física, amb el nostre client cara a cara. A més, com ja hem dit, el món online ens obre la porta a clients potencials, i per això, hem de mantenir les nostres vies de comunicació digital en constant seguiment i actualització.

Quins canals digitals ha de tenir una farmàcia i com cal treballar-los?

Són molts els mitjans pels quals podem comunicar-nos amb el client digital, però

això no vol dir que hàgim de tenir-los tots operatius, sinó que disposem d'una gran varietat d'eines i cal triar en funció dels nostres objectius i necessitats.

“Algunes de les eines més rellevants són buscadors, pàgina web i xarxes socials”

A l'hora de prendre la decisió sobre els canals escollits, cal tenir en compte la capacitat de treballar-los, ja que és preferible no fer servir un canal a tenir-lo abandonat.

Algunes de les eines més rellevants a tenir en compte són buscadors, pàgina web i presència en xarxes socials.

Buscadors

En aquest punt, el rei és Google. És important que la nostra farmàcia aparegui i, si és possible, que destaquï en el mapa del buscador més utilitzat a Espanya. Per aconseguir aquest objectiu, cal tenir una web treballada, anar oferint continguts originals de manera periòdica, i comptar amb un perfil a Google My Business, on podrem controlar la presència de la nostra farmàcia a Google, incloent-hi informació bàsica com: adreça, horari, telèfon de contacte, a més de pujar fotografies i gestionar comentaris dels usuaris.

Pàgina web

La web de la nostra farmàcia ha de tenir una imatge identificativa, sempre d'acord amb la imatge corporativa oficial. La pàgina web ha de ser intuïtiva i de fàcil ús per a tots els usuaris, a més de mantenir-se actualitzada i amb un disseny cuidat,



de la mateixa manera que cuidem i actualitzem l'aparador de la farmàcia.

Presència en xarxes socials

Actualment, Instagram i Facebook són les dues xarxes socials estrella per a les farmàcies, ja que és on el client, poten-

cial i actual, hi passa més temps. Per aquest motiu, estar present en aquests canals pot ser molt beneficiós a l'hora de comunicar-nos de manera propera i fàcil amb els clients. Un cop decidits els canals en els quals ens mourem, cal tenir en compte unes regles bàsiques per fer-

ho de forma correcta i efectiva. Cuidant tots aquells detalls i treballant cada dia la presència digital, la reputació online de la farmàcia serà excel·lent i ens ajudarà a captar i fidelitzar el client digital. A continuació, es resumeixen les regles bàsiques que cal tenir en compte.

REGLES BÀSIQUES PER TREURE'N EL MÀXIM PARTIT



1. Contingut de qualitat

Aquest és un dels punts bàsics per tenir una presència online adequada. Per elaborar contingut de qualitat és important planificar les nostres publicacions de manera periòdica; redactant el contingut amb antelació ens assegurarem de la seva qualitat i que tindrà el to i el fons adequat a la imatge que volem oferir. És igualment important que els continguts siguin d'interès per als nostres usuaris, es comuniquin de manera amena i amb un format que resulti atractiu. També podem treballar amb l'equip de la farmàcia i en el seu potencial, permetent-los que ofereixin continguts de la seva especialitat, d'aquesta manera les comunicacions seran molt més pròximes, verídiques i professionals.



2. Interactuar amb el client

Per treballar i mantenir la nostra reputació online, publicar no és suficient, sinó que hem d'estar capacitats i preparats per mantenir una interacció real amb l'usuari.

El món digital és molt més ràpid que l'offline, per la qual cosa és habitual que, si l'usuari té un dubte, pregunta, suggeriment o queixa, ens ho faci saber immediatament per les xarxes socials o per la nostra pàgina web, sense esperar a anar a la farmàcia.

Quan això passi, és molt important que contestem com més aviat millor, tant si és un comentari negatiu o positiu. L'usuari sempre espera una resposta i d'aquesta manera donem la imatge d'atenció i preocupació que volem.



3. Gestió de crisi

L'anonimat d'internet facilita l'aparició de "haters" o "trolls", usuaris que ataquen la imatge d'un negoci online amb intenció de destruir-lo provocant possibles crisis de reputació online. No existeixen barreres a aquestes "crisis digitals". L'única solució és monitorar la nostra imatge a internet per ser conscients d'aquests atacs com més aviat millor, mantenir la calma i actuar tal com ho faríem darrere el taulell, amb honestat i professionalitat.

És important que cap crítica a la xarxa es quedi sense resposta, però un cop oferida, no s'ha d'entrar en un joc de crítiques i insults. Si actuem amb sentit comú, tot tornarà a la calma i la nostra imatge i reputació serà més forta.



4. Monitoratge i seguiment

Com hem dit, hem de ser molt conscients de tots els comentaris, opinions i crítiques que la nostra oficina de farmàcia té a internet. Per fer-ho, existeixen moltes eines que ens permeten monitorar la nostra marca a internet a través d'un seguiment de *hashtag* i mencions. Monitorar la nostra marca també ens ajudarà a mantenir-nos actualitzats sobre els temes que ens interessin i que poden resultar d'utilitat per als nostres clients i sector, aportant aquestes novetats als nostres seguidors, i generant contingut de qualitat de manera continuada. Tenir un seguiment periòdic de la nostra marca ens permetrà, en definitiva, mantenir la nostra reputació online i prevenir possibles crisis.



Farmàcia 'wellness'

PABLO MUÑOZ

Confundador i CEO d'Espacios Evalore

Cada vegada som més conscients de la importància de la natura en la nostra salut i les empreses comencen a aplicar 'wellness' per millorar el benestar, tant dels treballadors com dels seus clients. Pablo Muñoz, expert en la matèria, ens explica què és 'wellness' i com aplicar-lo a la farmàcia.

'Wellness' és un terme en anglès que defineix l'equilibri a escala mental, físic i emocional per a un estat de benestar. Com s'aplica aquest concepte als espais arquitectònics?

Passem el 90% de la nostra vida en espais interiors, que ens separen de la natura. La tendència coneguda com a wellness real estates consisteix a centrar els dissenys arquitectònics en l'ésser humà, per garantir que els espais interiors s'adaptin a les nostres necessitats fisiològiques. Els espais wellness asseguren un aire interior d'òptima qualitat, aigua de consum sense tòxics, il·luminació adequada que no interfereixi en els cicles circadianis, i ens permet aconseguir un confort tèrmic i acústic elevat, la qual cosa, a mig/llarg termini, ens fa rendir més i emmalaltir menys.

Quines són les conseqüències d'un ambient interior contaminat?

Recordem que l'aire dels espais interiors pot estar de dos a cinc vegades més contaminat que el seu homòleg exterior. En aquest sentit, l'aire interior, viciat de CO₂ i contaminants, com Components Orgànics Volàtils (COVs) o formaldehids, procedents de materials constructius, mobiliari i productes de neteja, pot arribar a causar-nos malalties respiratòries, cardiovasculars i del sistema nerviós. En el cas dels nens, s'ha provat que la baixa qualitat de l'aire pot fins i tot alterar el desenvolupament cognitiu.

Què passa amb el soroll?

Diversos organismes oficials, entre ells l'Organització Mundial de la Salut, han destacat la contaminació acústica com un dels principals problemes per a la salut. Tant el soroll procedent de l'exterior com el soroll generat internament suposen un estrès sobre el cos humà que pot desencadenar problemes físics i/o psicològics.

"La tendència wellness real estates consisteix a centrar els dissenys arquitectònics en l'ésser humà"

En aquest sentit, aïllar respecte al soroll exterior té especial rellevància en el centre de les ciutats, i disposar de panells d'absorció acústica que redueixin la reverberació són mesures fonamentals, sobretot en establiments oberts al públic; de fet, ja hem començat a veure com la majoria de restaurants ho estan implementant.

I amb la il·luminació?

Quan passem molt temps en espais interiors, el nostre contacte amb la llum solar, responsable de gestionar els nostres cicles circadianis, és molt limitat. Durant aquest temps generalment estem exposats a llum artificial de baixa qualitat i to constant que influeix negativament en aquests cicles interns del cos humà i que pot causar-nos problemes d'estrès i trastorns del son. Una il·luminació òptima, amb una temperatura de color i intensitat d'acord amb els horaris d'utilització d'un espai i, si és possible, autoregulable, tindrà un efecte molt positiu sobre les persones que ocupen l'espai, tant físicament com psicològicament.

Les empreses poden, per tant, aplicar la tendència 'wellness' i millorar la salut dels seus treballadors?

Potenciar la salut en l'àmbit operacional és important, però fer-ho a través de la modificació de l'entorn construït és fonamental. En aquest sentit, la majoria de les empreses treballen en entorns físics que llastren la capacitat dels seus treballadors, en el millor dels casos, o que fins i tot estan perjudicant la seva salut. En aquest sentit, recomano implementar mesures molt visuals que contribueixin a fomentar la conscienciació sobre la importància de la salut en els espais. La qualitat de l'aire és potser l'àrea més rellevant i, a la vegada, una de les menys tingudes en compte.



Serveis FEFAC

conveni col·lectiu

Les empresarials que formen part de FEFAC negocien els Convenis Col·lectius de Treball, amb les aportacions dels socis.

borsa de treball

Necessites personal per a la teva farmàcia? T'ajudem a trobar el professional que necessites, amb la col·laboració d'Infojobs.

conferències i formació

Activitat formativa gratuïta per a socis, sobre temes d'alt interès per a la gestió de la teva farmàcia.

notícies del sector

T'informem de totes les novetats del sector que t'afecten. Rep la nostra newsletter en el teu correu electrònic.

atenció propera

T'atenem de manera personalitzada i molt propera, de dilluns a divendres, de 9 a 20 hores. Posa'ns a prova!

descomptes proveïdors

Serveis i productes per a la gestió, de qualitat i a millor preu, a través d'acords amb empreses proveïdores.

opinió i participació

Què et preocupa? Vols compartir alguna informació o idea? Pregunta'ns, participa, opina. No estàs sol.

assessorament immediat

Et posem en contacte amb els nostres assessors laborals, fiscals i jurídics, que t'atendran gratuïtament.

SERVEIS FEFAC:

Els titulars de farmàcia associats a alguna de les empresarials que formen part de FEFAC (AFB, AGFE, AFET o AFELL) gaudeixen d'una sèrie de serveis exclusius que els ajuden a millorar la gestió de la seva farmàcia.

fefac, la connexió que ens fa forts



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/

El 'wellness' incorpora la natura en els espais interiors. És realment efectiu?

Per descomptat. La configuració de la nostra forma humana té una antiguitat de 300.000 anys, i excepte en els últims 200, s'ha desenvolupat en contacte amb la natura. És lògic que una modificació tan dràstica de l'entorn en un període tan curt de temps suposi un desajustament de l'organisme i comporti problemes de salut. Està demostrat que la introducció d'elements que emulen la natura en els espais interiors, sigui en entorns laborals o a casa nostra, té un efecte positiu sobre l'organisme i contribueix a la segregació de la serotonina, l'hormona de la felicitat. En els nostres projectes no només recomanem la introducció de colors, patrons i formes que reflecteixin la natura, també introduïm purificadors naturals, en forma de test, com els d'Ekonexo, que a més d'introduir plantes en l'espai, contribueixen a netejar l'aire de components tòxics.

Quines empreses implementen mesures 'wellness' en l'entorn laboral?

Principalment aquelles que han identificat que el talent dels seus treballadors

“Està demostrat que la introducció d'elements que emulen la natura en els espais interiors, sigui en entorns laborals o a casa nostra, té un efecte positiu sobre l'organisme”.

és el seu actiu principal: companyies tecnològiques i creatives, principalment. En qualsevol cas, moltes empreses internacionals de tots els sectors, amb una

sensibilitat especial per la responsabilitat social corporativa, han començat a incorporar mesures wellness en el seu entorn laboral. De fet, hem identificat una tendència importada de països més avançats en aquesta matèria: empreses internacionals que obren una nova seu a Barcelona o Madrid volen que la seva oficina obtingui certificació wellness.

Podem aplicar 'wellness' a la farmàcia?

Les farmàcies, igual que la resta d'empreses, tenen en els empleats un actiu principal. Per tant, aquest tipus de mesures són aplicables i desitjables. A més, en el cas de les farmàcies, l'aplicació de wellness pot suposar un reclam de cara als clients, que utilitzen un espai freqüentat per moltes persones cada dia i que, sovint, acudeixen amb problemes de salut. A les mesures estàndard com la il·luminació circadiària, el confort tèrmic i acústic o la introducció de biofília, caldria sumar la purificació avançada de l'aire, que ens permetin eliminar patògens que puguin transmetre's per vies respiratòries, o la presència de superfícies bactericides, tant en mobiliari, com a terra i parets.





Per què contractar una assegurança de ciberriscos?

Qualsevol error pot provocar la reclamació d'un tercer que, a més, derivi en una multa per part de l'Agència Espanyola de Protecció de Dades.



Actualment, amb la digitalització de les dades, les empreses són responsables de tota la informació que es troba en els seus sistemes informàtics, núvols, discos durs, pàgina web, etc. Aquesta informació pot contenir dades dels clients com números de targetes de crèdit, adreces, noms o números de telèfon.

Protecció de les dades personals de clients, proveïdors o empleats

A més, les empreses han de seguir les directrius de la Llei orgànica de Protecció de dades, pel que fa a la gestió de les dades i complir els estàndards del sector de targetes de pagament en matèria de seguretat. La normativa LOPD i referent a seguretat per al pagament amb targetes de crèdit és molt exigent. Qualsevol error o negligència pot provocar una reclamació per part d'un tercer que, a més, derivi en una multa per part de l'Agència Es-

panyola de Protecció de Dades. Tot això, sense comptar amb el temps i els diners perduts a diagnosticar la magnitud del problema o d'on prové l'atac, així com esbrinar quants arxius han estat danyats o robats. Un error inesperat en els sistemes informàtics podria repercutir en la continuïtat del negoci. Una intrusió, virus o software maliciós, impediria l'accés a qualsevol informació que es trobi en els ordinadors i altres dispositius. Això vol dir que no es pot accedir als arxius normals de treball, ni a les dades dels nostres clients, proveïdors o empleats, produint-se una possible pèrdua d'ingressos. A més, si aquesta intrusió provoca una fuga de dades, podria produir-se la reclamació de qualsevol tercer afectat i l'empresa tindria l'obligació de notificar aquest fet a tots els afectats. Finalment, tot això podria afectar també a la imatge de l'empresa.

NOU PROVEÏDOR! SEGURCAIXA CIBERRISCOS

La Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya (FEFAC) ha incorporat a la seva cartera d'empreses proveïdores SegurCaixa Adeslas Ciberriscos. L'objectiu d'aquest acord, a través del qual s'ofereix una assegurança ciberriscos, és procurar als socis condicions avantatjoses en matèria de ciberseguretat.

Requisits

Empreses i autònoms amb facturació màxima de 15 milions d'euros i que disposin de dades de tercers en format electrònic, connexió a internet, xarxa wifi, pàgina web i/o tinguin d'informació i documentació important en els seus sistemes informàtics.

Principals cobertures

L'assegurança inclou responsabilitat per ús o tractament de la informació pròpia o de tercers. També inspeccions i procediments sancionadors per incompliment de la Llei Orgànica de Protecció de Dades (LOPD). En tercer lloc, cobertura davant multes i sancions.

L'assegurança ciberriscos inclou els honoraris professionals derivats d'una violació de seguretat de les dades i que pogués causar un mal financer a la societat. Finalment, contempla serveis d'informàtica forense, dades de restitució de la imatge per prevenir o mitigar els danys, incloent-hi el disseny i la gestió d'una estratègica de comunicació, i despeses de recuperació de dades.

Si estàs interessat en l'assegurança ciberriscos de SegurCaixa Adeslas, posa't en contacte amb la Fefac per telèfon (93 323 24 22) o e-mail (fefac@fefac.cat).



Visegurity, nou proveïdor de la Fefac en matèria de seguretat

Fefac ha incorporat Grupo Visegurity a la seva cartera d'empreses proveïdores de productes a oficines de farmàcia. El president de l'empresarial, Antoni Torres, va signar el conveni de col·laboració amb el representant d'aquesta empresa de seguretat, Pedro García.

A través d'aquest acord l'empresa de seguretat ofereix als socis els seus productes a preus especials. Entre l'oferta de serveis de Visegurity trobem custòdia de còpies de seguretat, documents, claus de vehicles, domicilis i segones residències, caixes de seguretat i dipòsits, locals buits i edificis, naus industrials, comunitats de veïns. També servei de videovigilància les 24 hores, tancaments i apertures en remot i rondes presencials amb patrulla de vigilància.



Pedro García, de Visegurity, i Antoni Torres, president de la FEFAC.

IX Meeting FENG

Com aconseguir una experiència de compra a la farmàcia

El **Congrés anual de Gestió de l'Oficina de Farmàcia** referent a Espanya. Amb la presència de ponents farmacèutics nacionals i internacionals que compartiran els seus casos d'èxit en gestió, marketing i innovació.

INSCRIU-TE AMB UN 15% DE DTE. GRÀCIES A LA FEFAC

Inscriu-te amb el codi: **FEFAC_FENG**

COST*: DOS DIES 204 € (IVA INCLÒS) ABANS 240 €
NOMÉS UN DIA: 123 € (IVA INCLUIDO) ABANS 145 €

*PROMOCIÓ NO ACUMULABLE A ALTRES OFERTES

PATROCINA: PRANAROM AROMATERÀPIA CIENTÍFICA REIG JOFRE Hero BD EAU THERMALE Avène GALÉNIC PARIS Klorane DUCRAY

ORGANITZA: Mediform+ **PARTNER:** farmaventas **COL·LABORA:** cantabria labs -Heel BIODERMA almirall PileJe

Consultes i inscripcions a:
WhatsApp 603 655 614 ✉ eventos@mediformplus.com 🌐 mediformplus.com

Mediform+

A woman with dark hair and a yellow shirt is looking through a pill dispenser. The dispenser is white and has the word 'PILLAM' embossed on it. The background is dark and out of focus.

On són els meus e-mails?

Ara ja no podem enviar-te correus electrònics, newsletters, sms, etc. fins que ens donis el teu consentiment, però no et preocupis, envia'ns un correu a fefac@fefac.cat i aviat la informació tornarà al teu correu electrònic i al teu mòbil.

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/



Nou curs! Dermocosmètica



Curs de
dermocosmètica
dirigit a farmacèutics
i auxiliars a preus
especials, gràcies a
la col·laboració de
la Fefac amb Escola
Thuya Formació
Professional

El curs de Thuya Formació Professional ofereix àmplies nocions del coneixement de la dermocosmètica, aprofundint en les característiques de la pell i els productes destinats a les necessitats de cada tipus de pell. També se centra en les diferents estratègies de venda a l'abast del farmacèutic per atreure el consumidor/a.

Segons dades de l'Associació per a l'Autocura de la Salut (Anefp), el 28% del negoci de les oficines de farmàcia correspon a productes dermocosmètics. Estar ben format és important per ampliar els nostres coneixements i la capacitat de realitzar recomanacions, una de les principals fortaleses de l'oficina de farmàcia. Els farmacèutics tenen molt a aportar en aquesta categoria, potenciant factors com el prestigi, qualitat i seguretat que ofereixen des de la seva posició com a farmàcia.

INFORMACIÓ PRÀCTICA

Data del curs

A concretar (finals novembre principis desembre).

Temari

- Què és la dermocosmètica? Definicions, funcions i utilitats.
- Conceptes bàsics: tipus de pell, estats de la pell, necessitats específiques i patologies.
- Rutina de bellesa. Fomentar la necessitat, conèixer els passos a seguir, protocols i textures segons el tipus de pell.
- Tractaments dermocosmètics. Beneficis, línia de productes, com transmetre la informació.
- Alternatives al que sol·liciti el client. Comprendre els ingredients i propietats dels productes.
- Tècniques de venda. Preguntes clau, venda creuada, estratègies de fidelització del client.
- Pràctica de rols.

Inscripcions

Aquest és un curs només per a associats a la Fefac. Les classes són limitades a 12 alumnes. Si esteu interessats a cursar-lo o que algun treballador de la vostra farmàcia el realitzi, poseu-vos en contacte amb l'empresarial (Tel. 93 323 24 22 / fefac@fefac.cat).

Preu

El curs té un preu de 350 euros.

Lloc de realització

Escola Thuya Formació. Carrer de Sant Gervasi de Cassoles, 68. 08022 Barcelona.

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/



Curs de pírcings i curs higiènic-sanitari



INFORMACIÓ PRÀCTICA

Dates dels cursos

A concretar

Finals novembre principis desembre.

Temari Pírcings facials

- Orígens i motius del perforat
- Materials necessaris
- Mides i qualitats de joieria
- Mètodes de perforació
- Metodologia de la dilatació
- Zones de perforat i curació
- Pràctica de perforat facial
- Rutines d'higiene instrumental

Inscripcions

Aquests cursos estan adreçats només a socis de la Fefac. Les classes són limitades a 12 alumnes. Per consultes i inscripcions posa't en contacte amb la Federació (Tel. 93 323 24 22 / fefac@fefac.cat).

Preu

El curs de pírcings té un cost de 225 euros. El d'higiènic-sanitari, 320 euros.

Temari higiènic-sanitari

- Règim de responsabilitat civil
- Primers auxilis
- Residus: tipologia i gestió
- Marc legal
- Microbiologia bàsica
- Desinfecció i asèpsia
- Malalties
- Condicions dels establiments
- Pràctiques higièniques
- Prevenció, protecció i esterilització
- Mètodes de desinfecció
- Pell i mucoses
- Riscs derivats de la professió
- Utensilis i material d'ús
- Higiene dels utensilis i utilització

Recorda!

Els dies de pràctica, l'alumne pot anar acompanyat d'una o més persones que facin la funció de model (és necessari complimentar prèviament l'autorització i enviar-la per correu electrònic a fefac@fefac.cat).

Lloc de realització

Escola Thuya Formació. C/ Sant Ger-vasi de Cassoles, 68. 08022 Barcelona.

La normativa permet
als farmacèutics
posar arracades,
però els auxiliars
estan obligats a
tenir una formació
acreditada quan la
perforació de lòbul
de l'orella es realitza
amb agulla

Què diu la normativa?

Fefac t'ofereix un curs de pírcings i un curs d'higiènic-sanitari, gràcies a la col·laboració amb l'Escola Thuya Formació Professional. Recordeu que la normativa permet als farmacèutics posar arracades, mentre que els auxiliars estan obligats a tenir una formació acreditada quan la perforació del lòbul de l'orella es realitza amb agulla. En canvi, els auxiliars no necessiten formació quan la perforació del lòbul de les orelles es realitza amb pistola (o similar), és a dir, "mitjançant la tècnica de subjecció de l'arracada de manera automàtica, estèril o d'un sol ús", doncs aquesta activitat no té consideració de pírcing.

Requisits tècnic-sanitaris de les farmàcies

L'article 3 del Decret 168/1990, sobre els requisits tècnic-sanitaris que han de complir les oficines de farmàcia, estableix que les úniques activitats que es poden prestar a dins de les oficines de farmàcia són, a part del mateix servei de prestació farmacèutica, l'anàlisi clínic, òptica, acústica audiomètrica i ortopèdia major. Per tant, les farmàcies que ofereixin el servei de pírcing han de disposar d'un local diferenciat.



Farmàcia social i solidària

RICARD TROIANO

President de Farmamundi

L'empresarial ha signat un conveni de col·laboració amb Farmamundi. En aquesta entrevista, el seu president, Ricard Troiano, farmacèutic de professió, reivindica el dret a la salut de totes les persones amb igualtat, així com la implicació de tot el col·lectiu farmacèutic.

Com col·laboraran amb l'empresarial?

El conveni que hem signat reforça la importància estratègica que té per a la nostra organització humanitària estrènyer llaços amb institucions vinculades al sector, com és el cas d'aquesta organització empresarial que tan bé conec i que representa els farmacèutics amb oficina de farmàcia de Catalunya. Espero que puguem col·laborar en la celebració de jornades de formació, contribuir al desenvolupament sostenible, aprofitant els reptes i oportunitats que els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) plantegen, així com promoure la difusió conjunta dels projectes de cooperació i acció humanitària que l'ONG emprèn per a millorar la salut i la qualitat de vida de moltes persones.

Farmamundi és una ONG amb més de 25 anys d'història. Què us defineix?

Som una ONG internacional de cooperació al desenvolupament, acció humanitària, emergència i educació, amb experiència en la promoció de la salut integral i l'ajuda farmacèutica a països menys afavorits. Busquem implicar a tota la comunitat farmacèutica espanyola, perquè encara avui, més d'un terç de la població mundial no té accés als medicaments essencials. Aquest és un problema de salut pública gravíssim i per avançar en la cobertura bàsica de salut necessitem el suport de tota la professió farmacèutica.

Què us distingeix d'altres entitats?

El nostre treball especialitzat en logística humanitària. En l'actualitat som la primera organització no lucrativa d'Espanya especialitzada en subministrament i ajuda farmacèutica a altres organitzacions i països en desenvolupament, complint tots els segells europeus de qualitat. Comptem amb un equip de professionals que també brinda assessorament farmacèutic, tant a ONG petites com a ministeris de Salut i altres entitats de l'àmbit de la salut i la cooperació.

“Més d'un terç de la població mundial no té accés als medicaments essencials”

Quin tipus de projectes emprèn Farmamundi i en quins països?

Desenvolupem accions concretes de cooperació al desenvolupament amb més de 30 organitzacions sòcies, institucions públiques i empreses privades per facilitar l'accés als serveis públics i comunitaris

de salut, garantir la seguretat alimentària i nutricional, millorar l'accés a l'aigua potable, lluitar contra la violència contra la dona o impulsar l'enfortiment institucional i la participació de la societat en polítiques públiques de salut. Mantenim treball estable a Nicaragua, Guatemala, El Salvador, Perú, Equador, República Democràtica del Congo, Mali i Kenya, amb més de 40 projectes anuals en marxa. També ens preocupa la difícil situació que afronten moltes persones migrants, excloses, i els drets bàsics de les quals han estat vulnerats. Per això, dediquem atenció i recursos a la població refugiada en països com Uganda, Síria, Sèrbia i Líban, a través del nostre Fons d'Emergències.

En educació, en quins projectes està involucrada Farmamundi?

En els últims 25 anys, l'organització ha realitzat 1.158 activitats d'educació i denúncia a través de cursos, xerrades, exposicions o cinefòrum, sensibilitzant a més de 200.000 persones. Voldria també destacar l'important treball de recerca i formació que estem realitzant des de la nostra Càtedra Universitària 'Dret a la salut i accés a medicaments' amb la Universitat Complutense de Madrid, per continuar incidint en la consecució d'aquest dret.

Una de les campanyes amb més èxit de Farmamundi és “Ositos solidarios”.

Amb aquesta campanya hem aconseguit el compromís i la implicació



“Ens preocupa la difícil situació que afronten moltes persones migrants, excloses, i els drets bàsics de les quals han estat vulnerats”

de tot el sector, des de les oficines de farmàcia als Col·legis de farmacèutics, i sobretot comptar amb el suport logístic vital de les distribuïdores, que ens han ajudat a vendre 160.000 bossetes de caramels de goma que han suposat una font d'ingressos important que ens permet mantenir la nostra independència. El 83% dels beneficis obtinguts van directes a la nostra missió social: projectes de cooperació, emergències o enviament de medicaments.

Què diria a les farmacèutiques i farmacèutics que volen sumar-se a aquesta croada solidària?

Que els necessitem i estan convidats a formar part d'aquesta gran comunitat que és Farmamundi. Volem ser l'ONG de tota la professió i en els últims anys seguim afermant llaços amb els col·legis oficials de farmacèutics, la distribució farmacèutica i mantenim el suport del Consell General de Col·legis Oficials de Farmacèutics per a treballar junts per l'accés als medicaments en qualsevol racó del món. Som orgullosos prescriptors de salut i, per tant, qualsevol oficina de farmàcia pot ser #farmaciasolidaria i donar-nos suport sent sòcia, fent un donatiu, amb accions de voluntariat i/o participant en les diferents campanyes que tenim en marxa. Ara, sumem a la nostra gran família a la Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya.



FEFAC A LA PREMSA

Les accions, posicionament i accions de l'empresarial són recollides per la premsa, especialment la professional. A continuació, mostrem un recull de les qüestions que darrerament han motivat la publicació als mitjans de comunicació sobre la Federació Empresarial.

CONVENI DE COL·LABORACIÓ

La premsa professional va recollir la signatura del conveni de col·laboració entre Fefac i Farmamundi per potenciar la vessant social i solidària de la farmàcia. La informació va ser publicada per *Diariofarma*, *Correo Farmacéutico*, *El Global*, *El Farmacéutico*, *IM Farmacias* i *Farmaventas*.

Farmamundi ho va publicar a la seva pàgina web i tant la Federació com l'ONG del Medicament ho vam compartir en xarxes socials.



EL PAÍS MEDICINA

El suplement de medicina del diari *El País* en col·laboració amb la Fefac, va dedicar la columna de Farmàcia a l'atenció farmacèutica domiciliària.



COMUNICAT DE LA FEDERACIÓ SOBRE L'INFORME DE L'OCU I CREMES SOLARS

El comunicat de la Fefac sobre l'anàlisi de l'OCU als fotoprotectors d'ISDIN enviat als mitjans de comunicació va tenir un gran impacte, tant a escala nacional com internacional (va ser traduït a l'anglès i al xinès per ser difós). Més enllà de la premsa, el president de la Federació, Antoni Torres, va ser entrevistat a l'informatiu de *Ràdio 4 Notícies*, i a la *Linterna de la Cope* per part del periodista José Miguel Cruz.



SALUT I MEDICINA EL PERIÓDICO

El suplement Salut i Medicina de *El Periódico de Catalunya* va dedicar la columna 'Farmàcia de Guàrdia' al desproveïment de medicaments.





DENUNCIA A GLOVO PER VENDA IL·LEGAL DE MEDICAMENTS

La Federació ha tornat a presentar aquest any una denúncia davant del Departament de Salut a Glovo, per prestar servei de compra, recollida i entrega de medicaments a domicili. Aquesta denúncia ha causat gran ressò mediàtic. La notícia va aparèixer en premsa professional i generalista, ràdio i televisió.

6

Los farmacéuticos denuncian por quinta vez a Glovo por repartir medicamentos a domicilio

Según la ley, la venta en internet de medicamentos sólo puede hacerse a través de las páginas web de las farmacias autorizadas. Las asociaciones de farmacéuticos denuncian que empresas como Glovo **no garantizan la cadena de custodia**.



LAVANGUARDIA | Vida

INFRINGE UNA
NORMATIVA

Las farmacias catalanas denuncian a Glovo por vender medicamentos

• Una resolución de junio de 2018 ordenó a la web a cesar su actividad de entrega de medicinas

el Periódico

Les farmàcies catalanes denuncien davant de Salut Glovo per vendre medicaments

La plataforma no ha retirat de la seva aplicació el servei d'entrega de fàrmacs malgrat que l'Agència Espanyola del Medicament li ho va ordenar fa un any

Els farmacèutics associats a la Fefac Nuria Espona, Loles Rodríguez i Clotilde Durban han col·laborat amb la revista *Aula de Farmacia* en la redacció d'articles sobre STUI en homes i dones.

15 años contigo
AULA FARMACIA

La confianza con el farmacéutico facilita la detección de los STUI en hombres

Clara Simón

20 de mayo de 2019 17:04 h

La naturalidad al hacer preguntas ayuda también a que el paciente se sienta a gusto para hablar de los síntomas de tracto urinario inferior (STUI) con su farmacéutico

TAGS: FARMACÉUTICO, HOMBRES, STUI, ANÁLISIS DE URINA



Pautas de estilo de vida para mujeres con STUI

Clara Simón

20 de mayo de 2019 08:09 h

La cercanía que ofrece el farmacéutico comunitario es importante a la hora de ofrecer unas recomendaciones sobre el estilo de vida de las mujeres que tienen síntomas del tracto urinario inferior (STUI)

TAGS: MUJER, STUI



El farmacéutico debe escuchar, derivar y realizar el seguimiento de los varones con STUI

Clara Simón

20 de mayo de 2019 12:02 h

No seguir las pautas terapéuticas marcadas para el control de los síntomas del tracto urinario inferior (STUI) hace que no desaparezcan los síntomas, lo que repercute en la calidad de vida de los pacientes

TAGS: STUI



ICD228/mv

Wellness for the Yacht Cruise Experience

QUÈ ÉS UN CREUER BOUTIQUE?

UN CREUER BOUTIQUE ÉS PODER NAVEGAR A BORD D'UN DELS NOSTRES IOTS O VELERS A MOTOR, ATURAR-SE A UNA PLATJA VERGE PER A REFRESCAR-SE O AMARRAR AL COR DEL DESTÍ I GAUDIR D'UN SERVEI ÍNTIM I PERSONALITZAT...



PROPOSEM CREUERS A BORD DE IOTS I VELERS A:

Mar Adriàtic | Cap Verd | Costa Rica i Panamà | Cuba | Egipte, Israel i Jordània | Espanya i Portugal | Indonèsia (Bali i Borneo) | Illes Gregues | Islàndia | Senegal i Gàmbia | Seychelles

Web: www.varietycruisesspain.com ■ Email: varietycruises@discoverspain.net
Telèfon: 93 217 15 74 ■ Adreça: Via Augusta, 42-44 1r - 4* 08006 - Barcelona

Creuers a partir de

950€

 VARIETY CRUISES



MFELM
instalaciones

DISSENY, PROJECTE, INSTAL·LACIONS I MANTENIMENT
PER A LA INDÚSTRIA FARMACÈUTICA, COSMÈTICA I ALIMENTÀRIA



Pol. Ind. Nº 1
C/. del Mig, parcela 21R
46114 - Vinalopó (Valencia)
Tel. 96 317 15 74
Fax 96 185 57 29
www.felminstalaciones.es



Para aliviar
el estreñimiento,
apuesta por
la **experiencia**



Para el estreñimiento ocasional

DESDE 1850

LAXANTE
TRADICIONAL
de origen vegetal

Venta directa a
mayoristas y
farmacias.



Pol. Ind. del Bazar, 142
10004 Calatayud (Soria)
U-bio 944094
www.ubiofarmas.com

França confirma el desfinançament de l'homeopatia

La Sanitat francesa deixarà de finançar l'homeopatia l'any 2021. Així ho ha decidit el Govern d'Emmanuel Macron, després de rebre l'informe d'una comissió especialitzada independent que ha analitzat durant un any els estudis publicats, ha confirmat que els productes homeopàtics "no han demostrat científicament una eficàcia suficient per justificar que siguin reemborsats". França és el segon país després de l'Índia en ús d'aquests productes. El 2020, es reduirà el 15% del reemborsament. A partir de l'1 de gener de 2021 no es tornarà res. Fins ara, la Sanitat francesa tornava el 30% del cost de 1.200 productes

homeopàtics, una despesa de 126, 8 milions d'euros. Eren finançats des de l'any 1984. L'activitat d'empreses com Boiron es veurà afectada en un 60%, tal com ha indicat la companyia. Segons Boiron, 20.000 metges prescriuen aquests productes a França.

Trump permetrà la importació de medicaments si són més barats

El president dels Estats Units, Donald Trump, ha promès permetre que els governs federals comprin medicaments a altres països si són més barats. Trump vol implantar un sistema de preus basat en països de referència de l'entorn per als sistemes finançats per la seva Adminis-

tració. Aquesta informació ha estat recollida per l'agència Thompson Reuters i també per diversos mitjans a escala internacional. Diversos experts americans i estrangers han argumentat en contra, assegurant que el sistema farmacèutic dels Estats Units es debilitaria.



El NHS britànic s'alia amb Amazon per oferir informació sanitària fiable a través d'Alexa

El Sistema Nacional de Salut de Regne Unit (NHS) s'ha aliat amb Amazon per oferir informació sanitària fiable a través de la tecnologia assistida per veu de l'altaveu intel·ligent Alexa. La tecnologia ajudarà la gent gran, cecs i altres persones que no poden accedir a internet a través dels mitjans tradicionals, a obtenir informació sanitària professional verificada pel NHS en

qüestió de segons. L'algorisme d'Amazon utilitzarà informació de la pàgina web del Sistema Nacional de Salut per proporcionar respostes a preguntes com "Alexa, com puc tractar una migranya?", "Alexa, quins són els símptomes de la grip?", o "Alexa, quins són els símptomes de la varicel·la?". El NHS ha indicat que vol que el pacient prengui un millor control de

la seva cura de la seva salut, a la vegada que es redueixen les consultes d'Atenció Primària. El Sistema Nacional de Salut no facilitarà als pacients els dispositius Amazon Echo, però sí que ha anunciat que l'accés serà a través d'una aplicació gratuïta. L'any 2020, la meitat de totes les cerques es realitzaran a través de tecnologia assistida per veu.

El Govern xinès fomentará la fabricació de genèrics

Les autoritats xineses volen incentivar la fabricació d'EFG (Equivalent Farmacèutic Genèric) per abaratir costos i evitar els desproveïments. Per aquest motiu, a partir de l'any vinent, publicaran anualment la llista de medicaments genèrics que ha de servir per animar les companyies

farmacèutiques a desenvolupar aquests medicaments. El passat mes de juny va publicar la primera, amb 34 fàrmacs. Entre ells, rilpivirina i abacavir, per l'VIH, o azatioprina, per la leucèmia. Les patents d'aquests medicaments han expirat o han estat a punt d'expirar.





Registro Turisme de Catalunya - HVA000751

Bienvenidos a Rafaelhoteles by La Pleta

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 jornada con
chefs con Estrellas Michelin.



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

www.lapleta.com



LLIBRES RECOMANATS



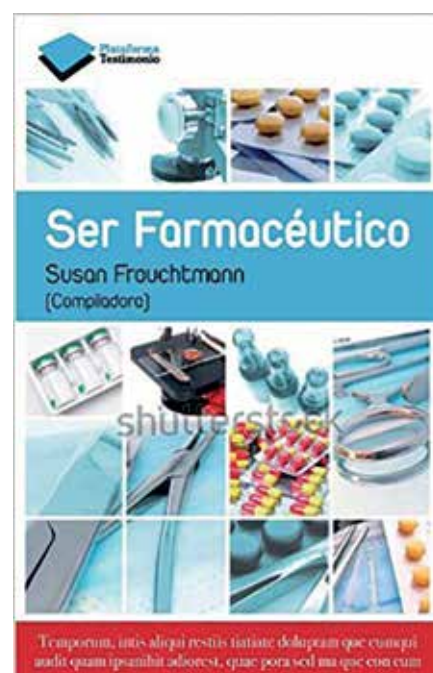
TÍTOL: Tus hijos y las nuevas tecnologías
AUTOR: Óscar González
EDITORIAL: Amat Editorial
PÀGINES: 208
FORMAT: 15,3 x 23 cm.

Un dels temes que més preocupen els pares a l'hora d'educar els seus fills és el de les noves tecnologies i, especialment, l'ús que aquests fan dels seus dispositius electrònics. Si com a pare desconeixes les eines com WhatsApp, Facebook, Instagram o Twitter, o bé no saps com fer servir l'ordinador, la tauleta o el mòbil, difícilment seràs conscient dels riscos que comporten i no podràs ajudar els teus fills a navegar de manera segura. En aquesta guia trobaràs pautes, eines i consells no només per orientar els teus i convertir les noves tecnologies en un aliat.



TÍTOL: Palabras que venden
AUTOR: Phil M. Jones
EDITORIAL: Empresa Activa
PÀGINES: 144
FORMAT: 12,5 x 19 cm.

Aquest és un breu llibre ple de saviesa i senzillesa que ens indica exactament què és el que hem de dir, i en quines circumstàncies, per influir en les persones i tenir un major impacte. Tot i que els consells de l'autor, Phil M. Jones, un dels formadors de venedors més reconeguts del món, serveixen per a tota mena de circumstàncies, estan especialment dirigits a venedors que busquen una mica més que tancar una venda concreta, és a dir, convertir clients temporals en clients permanents. Un missatge que ha demostrat la seva universalitat i adaptació a tota mena de cultures i situacions.



TÍTOL: Ser Farmacéutico
AUTOR: Susan Frouchtmann
EDITORIAL: Plataforma editorial
PÀGINES: 184
FORMAT: 22 x 14 cm.

Anar a la farmàcia no és cap secret, però com funcionen les farmàcies? Què hi ha darrere de la professió farmacèutica? Aquest llibre és una aproximació accessible al món de la farmàcia de la mà de 18 especialistes de diversos camps: docència, recerca, cooperació, hospitals, atenció primària, administració, exèrcit i indústria.

Ets soci de la FEFAC? Truca'ns al 93 323 24 22 o envia un e-mail a fefac@fefac.cat i emporta't gratis el llibre 'Ser Farmacéutico'.



INFOXICACIÓ

‘Infoxicació’ és el neologisme per a referir-se a una sobrecàrrega d’informació difícil de processar. Segons una enquesta de Doctoralia el 62% dels espanyols reconeix estar ‘infoxicat’ en temes de salut. Alimentació i esport són els aspectes més buscats a internet. Per especialitats psicologia és la que rep més consultes.

SABIES QUE...?

La plastilina és un invent farmacèutic. Franz Kolb, el 1880 va donar resposta a la demanda d’uns amics escultors que es queixaven de la dificultat per a treballar amb l’argila perquè s’assecava. La va inventar en el laboratori de la seva farmàcia a Munic. Després, va patentar-la al seu nom, creant una empresa a través de la qual va oferir la fabricació a Faber-Castell, especialitzada en material per a artistes.



XARXES SOCIALS

WhatsApp reina el panorama de xxss espanyol. Facebook perd la primera posició i WhatsApp és la xarxa estrella, segons “L’estudi anual de xarxes socials 2019” realitzat per iab Spain. En tercera posició, YouTube, i en quarta, Instagram. Segons l’informe, els espanyols passem 55 minuts diaris connectats a les xarxes socials, sent els més joves els que més estona hi dediquen (58 minuts).

CANVI CLIMÀTIC I ASMA QUÈ EN DIUEN ELS EXPERTS?



Xavier Muñoz, neumòleg, membre de la Sociedad Española de Neumología y Cirugía Torácica. Investigador del Vall d’Hebron Research Institute.

L’asma és la malaltia respiratòria més prevalent en el món, amb 230 milions de persones afectades segons l’Organització Mundial de la Salut (OMS) i està augmentant de forma imparable, des de fa 40 anys, en les societats desenvolupades, a causa del canvi climàtic i la presència cada vegada major de partícules dièsel i uns altres contaminants en l’ambient.

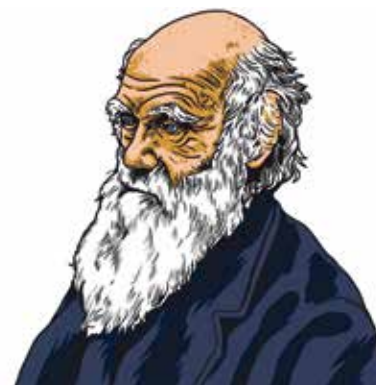
L’estudi publicat en ‘Science of The Total Environment’ que hem dut a terme demostra que les partícules dièsel provoquen asma en persones sanes, en concret, en nens. Efectivament diferents estudis han demostrat que nens exposats a partícules dièsel presenten una major prevalença d’asma quan arriben a l’adolescència, en relació als nivells de contaminants als que han estat exposats des que neixen fins que tenen 4 anys. A Espanya moren cada any entre 8.000 i 10.000 persones a les quals es podria haver retardat la seva defunció. Percentualment, s’estima que el 15% de les morts que es produeixen en un any es podrien haver retardat amb la implantació de mesures per a prevenir l’exposició de la població a gasos contaminants, com les emissions de motors dièsel.

Aquest estudi revela que les partícules dièsel poden ser causa d’asma bàsicament per dos mecanismes diferents. Un mecanisme directe, trencant l’epiteli bronquial, provocant inflamació i alteracions del sistema immune que porten a l’aparició d’asma i un mecanisme indirecte potenciant als al·lèrgens que hi ha a l’ambient. Diferents experiments han demostrat que exposició a dosis baixes d’al·lèrgens, que per si mateixes són incapaces de generar asma, sí que ho fan quan s’associen a la inhalació de partícules dièsel.

FRASE CÈLEBRE

“Les espècies que sobreviuen no són les més fortes, ni les més ràpides, ni les més intel·ligents; sinó aquelles que s’adapten millor al canvi”.

Charles DARWIN



VIVE
LA EXPERIENCIA
GAUDÍ
EN LEÓN

Antonio Gaudí y Lacort

El Museo de Gaudí más grande del mundo.

A finales del siglo XIX un joven arquitecto que casi no había salido de Barcelona cruzó la península para construir en León un almacén de tejidos. Su nombre era Antonio Gaudí, y el edificio sería la Casa Botines. Una obra única con la que soñarían ciudades del todo el mundo.



ART NOUVEAU
EUROPEAN ROUTE
RUTA EUROPEA
DEL MODERNISMO

IMAGEN: ALVARO RAMÓN SANZ



@casabotines

casabotines.es

Plaza de San Marcelo 5
24002 León (España / Spain)

(+34) 987 353 247 info@casabotines.es

FUNDOS

► cultural



CASA BOTINES

• LEÓN 1893 •

1/6

Este número es indicativo del riesgo de producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Bancofar está adscrito al Fondo de Garantía de Depósitos Español. Para depósitos en dinero el importe máximo garantizado es de 100.000 euros por depositante en cada entidad de crédito.

Sin efectos secundarios. Sin contraindicaciones.

Descubre la Cuenta Transparente

✓
Comisiones

0

✓
Retiradas de
efectivo a débito

Gratis

en cualquier cajero
de España a partir de 90€*

✓
Remuneración

0'10% TIN

Para la parte del saldo
que supere los 5.000€**

✓
Transferencias
SEPA

Gratis

✓ Tarjeta de débito gratis

✓ Pago en cualquier divisa sin comisión

✓ Seguro gratuito por uso fraudulento de la tarjeta

✓ Liquidación mensual de intereses

*Para retiradas inferiores a 90€ se repercutirá la comisión del propietario del cajero.

**Ejemplos ilustrativos: 0,08% TAE calculada sobre un ejemplo de 20.000€, en la que remunera 15.000 €
0,09% TAE calculada sobre un ejemplo de 40.000€, en la que remunera 35.000 €

Contrátala ya en:



901 10 10 15



info@bancofar.es

Bancofar

HEALTH BANKING

bancofar.es

