

"Masdermo2017 es un 'plus' de formación, información y herramientas para la farmacia"

CRISTINA TIEMBLO, vocal nacional de Dermofarmacia del Consejo General de Colegios de Farmacéuticos

ENRIQUE CAMPILLO

Madrid

La IV Jornada Nacional de Dermofarmacia, impulsada por el CGCOF, se celebra el próximo 16 de noviembre en el Teatro Goya Multiespacio de Madrid con la mirada puesta en las aportaciones que el farmacéutico puede realizar en este campo. Cristina Tiemblo ha atendido a EG, días antes de la cita en la que colaborarán más de 16 laboratorios.

Pregunta. Empezaron en 2011 con estas jornadas bienales y ya van por la cuarta edición. ¿Se están dejando la piel con este encuentro?

Respuesta. Empezamos el primer año con 100 inscritos y poco a poco hemos ido consolidando esta jornada nacional llamada 'Masdermo'. No tiene título porque queremos precisamente que 'Masdermo' sea la referencia para los amantes de la dermofarmacia y todos aquellos farmacéuticos que entiendan que la dermofarmacia es una oportunidad importante en la botica, profesionalmente hablando, para poder dar un servicio más al usuario en un tema tan importante como es un buen consejo o recomendación de un producto cosmético que no tiene que ser banalizado. Tenemos mucho que aportar en dermofarmacia.

P. Dice que no tienen título, pero ¿Qué eslogan definiría esta jornada?

R. Con Masdermo ya intentamos darle ese contenido. Podría ser "más es más en todo, en conocimiento, en formación y en información". Más significa que vas a ser, saber y tener un conocimiento que no vas a tener si no te implicas en la formación. El más es un plus de formación, información y herramientas para luego desarrollarlas en la farmacia.

P. ¿Cuáles serán las claves que encontraremos?

R. Serán temas que nos ayuden a consolidar el papel del farmacéutico en



Tiemblo afirmaba que, la cifra de inscritos a una semana del evento, superaba los 460.

dermofarmacia y le hagan diferenciarse. Los productos que vendemos en este campo también están fuera de la botica y tenemos que dar el mensaje al consumidor de que la farmacia es un referente de salud, es un sitio en el que encontrarán ese consejo experto y para ello hay que formarse y saber mucho. Abordaremos el asunto del pH de la piel, la actualización de problemas de la piel (alopecia y dermatosis varias), daremos las claves en cosmética natural, un tema que genera mucha inquietud, también insistiremos en los falsos mitos de los cosméticos, qué podemos esperar de ellos y qué no.

P. Los dermatólogos estarán presentes en esta cita. ¿Cómo es la relación con ellos?

R. Tenemos muy buena relación. El

CGCOF tiene un acuerdo de colaboración con la Academia Española de Dermatología, que inicialmente surgió por temas de fotoprotección, y ahora está pendiente de renovación. Teniendo en cuenta de que hay un buen *feedback* y nos hablamos mucho, tenemos intención de ampliar ese convenio. La imagen que tenemos que dar a los pacientes es de unidad por parte de ambos profesionales, no trabajamos en compartimentos estancos.

P. ¿Ha experimentado algún cambio la dermofarmacia desde que comenzaron con esta iniciativa?

R. Quiero pensar que sí. El farmacéutico ve, cada vez más, que la dermo puede aportar mucho porque es un campo en el que tenemos mucho que decir y hay más

inquietud por parte del ciudadano y de los farmacéuticos. Se habla de protocolos para que el profesional siempre tenga algo que decir a los usuarios. A la vista está, ya que apostamos, este año, por una sala de 500 personas y, a una semana, estamos por encima de las 460 inscripciones. Esto es un indicador de que algo se mueve en dermo y esa actitud hay que aprovecharla, las ganas de aprender no debemos dejar pasarlas.

P. ¿Hay cultura por cuidarse la piel?

R. Sin duda, está de moda pero debemos responder profesionalmente con conocimientos. Muchas veces en Internet o redes sociales hay mucha información pero no siempre es la más contrastada o la más veraz. Muchos clientes vienen con dudas a la farmacia sobre lo que han leído o lo que se ha publicado. La gente quiere saber pero hay que dar respuesta a esa demanda con conocimientos porque la gente se preocupa por estar bien y porque su piel esté sana. No vale cualquier cosa. A veces Internet puede ser peligroso.

P. Ante esos riesgos o la venta de productos cosméticos fuera del canal farmacia, ¿hace falta educar al cliente?

R. No sé si educar, pero es importante que los usuarios reconozcan nuestro valor y busquen el plus en la farmacia. Que salgan satisfechos y piensen que se llevan el producto y los conocimientos del farmacéutico.

P. Entonces, ¿larga vida a la dermo?

R. He sido optimista hasta en momentos duros de crisis. Siempre he pensado que la dermo tenía su hueco y no lo iba a perder y creo que no me he equivocado. Los últimos datos de Stanpa lo demuestran. (La Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética señala en su informe de 2016, que el sector creció ese año un 3,25 por ciento hasta los 6.656 millones de euros). Por lo tanto creo que sí, larga vida a la dermofarmacia.

Las farmacias de Cataluña "pararán la gripe" con la instalación de antisépticos

EL GLOBAL

Barcelona

Las 3.183 farmacias de Cataluña han puesto a disposición de la población, desde este 10 de octubre, dispensadores de solución antiséptica para contribuir a la concienciación sobre la importancia del lavado correcto y consistente de manos como medida fundamental para prevenir la gripe.

Esta acción, enmarcada en la campaña de la gripe 2017-2018, se ha impulsado

conjuntamente desde el Consejo de Colegios Oficiales de Farmacéuticos de Cataluña, el Departamento de Salud de la Generalitat, la patronal farmacéutica regional Fefac, y la Sociedad Española de Farmacia Familiar y Comunitaria de Catalunya (Sefac), con la colaboración de Acofarma. Se trata de la "primera vez", recuerdan sus impulsores, que sociedades científicas y empresariales, junto a colegios y Administración han trabajado conjuntamente para integrar a las farmacias en la prevención de la gripe.

Los dispensadores que se instalarán en las boticas irán acompañados de un cartel que, bajo el lema "La gripe se para aquí", recoge los dos objetivos que persiguen las farmacias con esta actuación. Por un lado, incidir en la necesidad de lavarse a menudo las manos —al ser el mecanismo de protección más eficaz para evitar la transmisión del virus de la gripe—; y, por otro, promover la vacunación entre la población de riesgo, especialmente aquellas personas que no frecuentan la atención médica pero sí

visitan habitualmente la farmacia. Este es el caso, por ejemplo, de los pacientes jóvenes con enfermedades crónicas estabilizadas, según recuerdan desde el Consejo de COF de Cataluña.

En este sentido, la campaña pondrá especial énfasis en sensibilizar de la importancia de inmunizarse a colectivos como profesionales sanitarios, personas que realizan servicios esenciales para la comunidad (policías, bomberos, etc.), así como pacientes con problemas de salud crónicos y embarazadas. Una vez finalizada la campaña se realizará una encuesta para estimar la proporción de personas dentro de la población de riesgo no vacunadas y analizar cuál puede ser el valor añadido de la integración de la botica en la estrategia vacunal.