

n°26

bida

farmacéutica

FARMACIA



IV ENCUENTRO
RELACIONES
CON LA INDUSTRIA

UNA FARMACIA CON
HISTORIA EN MÉRIDA

LOS DESAFÍOS DE
LA FARMACIA RURAL

AVANTIA
EUROPEAN TOUR

Grupo
bida
farma

¡Nueva Área Personal en la web Bidafarma!



¿Aún no la has descubierto?

¡No te pierdas todo lo que encontrarás en este nuevo espacio diseñado para ti!

- MI Perfil
- Mis usuarios
- Cambiar contraseña
- Cerrar sesión

The screenshot displays the 'Perfil Socio' page on the Bidafarma website. The page is divided into several sections: 'Tu Perfil' with user details (Nombre: Farmacia, Teléfono: 999 999 999, Movil, Correo: xxxxx@xxxx.com, NIF: XXXXXXX F, Representante: Bidafarma); 'Datos Farmacuenta' and 'Datos oficina' with contact information (Teléfono: 958 338 338, Movil: 659 338 338, Correo: xxxxx@xxxx.com, NIF: 34333344 F); 'Destacados Autotransfer' featuring a 50% off promotion from Acofarma; 'Gestión' with buttons for 'Realiza tus pedidos haciendo clic aquí' and 'Descarga tus facturas haciendo clic aquí'; 'Tus Servicios Contratados' listing 'avantia' and 'Farma y seguros'; and 'Tus Clubes de Compras' listing 'bigclub' and 'transfer'. A QR code is overlaid on the bottom right of the screenshot.

¡Accede y descúbrela!

Seguimos trabajando para ofrecerte siempre el mejor servicio.



1

IV EDICIÓN DEL
ENCUENTRO DE
RELACIONES CON LA
INDUSTRIA

páginas 8-9



2

FORMACIONES DEL
TRIMESTRE

páginas 10-11



3

FORMACIONES QUE
TRANSFORMAN

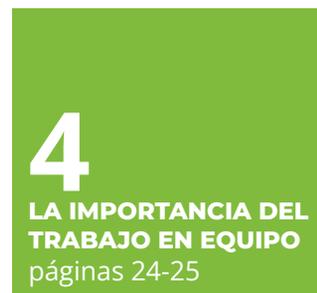
páginas 14-15



4

LA IMPORTANCIA DEL
TRABAJO EN EQUIPO

páginas 24-25



5

UNA FARMACIA
PECUJAR EN MÉRIDA

páginas 26-27



6

AVANTIA
EUROPEAN TOUR

páginas 32-33



7

FARMACIA Y
DEPORTE

páginas 46-51



8

RITMOS
CIRCADIANOS Y
NUTRICIÓN

páginas 42-43



Grupo Bidafarma S.C.A

Carretera Santa Fe-Granada Km. 3.6, A-92 C.P. 18320 Santa Fe. (Granada).

Consejo de redacción

Luis Menchén Fernández, María Macías Infante,
Ana Belén Marcos Castillo, Nuria Mérida Guzmán,
Rafael Luis Millán Gómez, Cristina Muñoz Mérida,
María Jesús Oya Amate, Ignacio Pérez Ortiz

Coordinación editorial y periodística

Ana Zurita Berbel.

Diseño y maquetación

Sara Romero Ortega.

Preimpresión, impresión fotomecánica

Gráficas Piquer C/ Al Mediterráneo N° 29. Pol. Ind.San Rafael Huércal de Almería (ALMERÍA).

Depósitos legales:

Edición Andalucía Oriental: GR 639-2017
Edición Andalucía Occidental: GR 640-2017
Edición Andalucía Sur: GR 641-2017
Edición Islas Canarias: GR 642-2017
Edición Extremadura: GR 643-2017
Edición Castilla-La Mancha: GR 644-2017
Edición Castilla y León: GR 645-2017
Edición Madrid y Norte: GR 646-2017
Edición Galicia: GR 647-2017
Edición Baleares: GR 648-2017

ISSN

Registro de comunicación de soporte
Edición Andalucía Oriental: 3020-9684

SOPORTE VÁLIDO, RECONOCIDO POR LA
DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y
ORDENACIÓN FARMACÉUTICA, REGISTRO
2017/9

EDITORIAL

PEQUEÑOS GESTOS

En algunas ocasiones es tan importante una simple mirada, un apretón de manos, un silencio cómplice, como el discurso más rimbombante o la definitiva declaración de intenciones.

Por otra parte, aunque seamos románticos, nos embargue la añoranza o tengamos sueños futuristas, es estrictamente necesario vivir sin perder la referencia que supone la realidad del presente.

Es innegable que la preocupación por el impacto ambiental, el costo de la materia prima y la distribución, llevan a buscar la optimización de los recursos.

La responsabilidad social de una Cooperativa como la nuestra nos obliga a investigar líneas de actuación que lleven al diseño más eficiente de rutas de reparto, a que nuestras instalaciones tecnológicas presuman de lograr los menores recorridos de cubeta para un óptimo suministro y todo ello supone una parte del trabajo de nuestros distintos profesionales.

Desde el departamento de comunicación creemos que debemos sumarnos a esta tendencia, y tras un análisis de

la situación actual en la distribución de nuestra revista hemos creído necesario dar un giro a la forma de llegar a todos nuestros socios, priorizando el formato y reparto digital.

Seamos sinceros, esto por sí solo no va a salvar el planeta, es tan solo un pequeño gesto, un paso adelante para situarnos en la línea de intenciones que demuestra sincera preocupación por nuestro entorno.

Pero no vamos a ser hipócritas, hoy en día todo es discutible, al recibir un PDF, ya no consumes papel, ni ha habido que llevar quince mil ejemplares arriba y abajo con envoltorio plástico, pero sí que será necesario tener acceso a internet, un dispositivo electrónico a mano con su batería y sus costes de producción e incluso algo de colirio cerca, para contrarrestar la fatiga visual. Eso sí, esto nos permitirá en la medida que los que realizamos la revista lo vayamos introduciendo, acceso a contenido audiovisual, escuchar la voz de nuestros compañeros y ver noticias o simulaciones gráficas, todo ello actualmente en la carpeta de proyectos.

Pero lo sostenible debe contar con el ser humano, no creo que nadie con dos dedos de frente desee un planeta en perfecta armonía donde las personas no sean ni un recuerdo.

Por ello hemos optado por seguir haciendo una pequeña tirada en papel, menos de un cinco por ciento de lo anteriormente ejecutado, con varios objetivos, que en determinadas instituciones y en nuestros propios almacenes siga la presencia física de la revista, que las personas que colaboran en un número puedan atesorar un recuerdo y que los fetichistas, escasos individuos, que todavía valoran el tacto del papel entre sus manos, el olor a nueva impresión, que disfrutan ordenando número tras número en la estantería, no tengan que soportar otro trauma tecnológico.

Demos la bienvenida a la nueva etapa de la revista en cuanto a formato de presentación y esperemos que los contenidos os resulten cada día más interesantes.

Bidafarma en los Medios



HOY

DIARIO DE EXTREMADURA



El pasado 16 de febrero, el diario *Hoy Extremadura* publicó un reportaje sobre la labor de Bidafarma en la distribución farmacéutica en la región. La cooperativa abastece a más de 600 farmacias en Cáceres y Badajoz mediante una red de 89 rutas de reparto, optimizando su logística con tecnología avanzada. El artículo destaca, entre otras cuestiones, el esfuerzo por mejorar la eficiencia en la entrega de medicamentos, garantizando un servicio equitativo, tanto en zonas urbanas como rurales.

Sin palos en las ruedas

El podcast *Sin palos en las ruedas*, de la Federación de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunidad de Madrid (FAMMA – Cocemfe Madrid), que se emite en radio Intereconomía, ha contado con la participación de Bidafarma en varios episodios. En el primero, visitaron el almacén de Leganés y entrevistaron a Carmen Granados y Gonzalo Navarro. En febrero, la invitada fue Manuela Villena, y en marzo, la consejera Cristina Muñoz.



EP **EL DEBATE** FUNDADO EN 1910

PORTADA ESPAÑA ECONOMÍA OPINIÓN INTERNACIONAL SOCIEDAD CULTURA RELIGIÓN SALUD Y BIENESTAR

Antonio Mingorance, presidente de Bidafarma, y el doctor Carlos Zarco, director médico del hospital HLA Universitario Moncloa - Paula Argüelles

El Debate

En un desayuno informativo organizado por *El Debate*, Antonio Mingorance, presidente de Bidafarma, y el doctor Carlos Zarco, director médico del hospital HLA Universitario Moncloa, analizaron el papel del cooperativismo sanitario en España. Mingorance destacó que Bidafarma, con 9.000 socios y 32 almacenes en 14 comunidades autónomas, distribuye diariamente 40.000 referencias de medicamentos, asegurando el acceso incluso en pequeños municipios donde la rentabilidad económica es nula, pero la social es incalculable.

AULA SALUD ABC 25 FOTOS

Aula Salud ABC 'Largos supervivientes en cáncer. Una nueva tarea que atender', en imágenes

Ayer tuvo lugar una nueva cita del foro, que contó con la participación de los doctores David Vicente, Jesús Corral y el farmacéutico Augusto González.



ABC

Aula Salud

Continúa el Aula de Salud de ABC en Córdoba y Sevilla. En Sevilla, la última sesión estuvo dedicada a "Largos supervivientes en cáncer. Una nueva tarea para el sistema sanitario", un encuentro que puso el foco en la atención a quienes han superado la enfermedad y en los retos que supone para el sistema sanitario. Durante la jornada, expertos analizaron la importancia del seguimiento médico y la calidad de vida de estos pacientes.

La Opinión DE MÁLAGA

El suplemento de Salud de *La Opinión de Málaga* ha puesto en valor el papel de Bidafarma como motor de desarrollo en la provincia. Además de su labor en la distribución farmacéutica, la cooperativa impulsa la economía local, genera empleo y apuesta por la sostenibilidad, siendo la primera en obtener la estrella Lean & Green por la reducción de emisiones. Su modelo cooperativo fortalece la relación con los farmacéuticos, garantizando un servicio basado en la confianza y la eficiencia.

6 Salud

1 de febrero de 2023
Jueves, 10 de enero de 2023



Instalaciones de Bidafarma | La Opinión

Bidafarma, un aliado esencial para la salud de Málaga

La cooperativa farmacéutica es líder en la distribución de medicamentos en la provincia de Málaga gracias a una fuerte estructura logística que permite atender las necesidades farmacéuticas en tiempo récord

Innovación y servicios para la farmacia del futuro

DESDE SU CREACIÓN, BIDA FARMA HA REVOLUCIONADO EL SECTOR FARMACÉUTICO CON UN COMPROMISO CLARO: OFRECER UN SOPORTE INTEGRAL A LAS FARMACIAS PARA QUE SE CONVIRTAN EN VERDADEROS CENTROS DE REFERENCIA EN SALUD. SU AMPLIA GAMA DE SOLUCIONES ABARCA DESDE LA GESTIÓN FINANCIERA HASTA LA EXPANSIÓN COMERCIAL Y LA DIGITALIZACIÓN, PERMITIENDO QUE CADA FARMACIA ADAPTE SU MODELO DE NEGOCIO A LAS NUEVAS NECESIDADES DE LOS PACIENTES.



Con una visión de crecimiento sostenible, Bidafarma busca fortalecer el ecosistema farmacéutico a través de un enfoque que combina la eficiencia operativa con la atención personalizada a los pacientes. Por ello, y con el fin de garantizar una administración ágil y segura, ha desarrollado una serie de servicios que facilitan la labor diaria de los farmacéuticos. A través de acuerdos con entidades financieras, proporciona productos de ahorro e inversión diseñados específicamente para el farmacéutico. Además, la consultoría Farmasignos ofrece asesoramiento especializado en seguros, mientras que la plataforma Bidafarmática optimiza la gestión mediante programas como Unyocopi, VGaleno y Xefar Box, con más de 25 años de experiencia en el sector. Avantia Plus Gestión es otro de los pilares clave, ofreciendo consultoría especializada en la mejora de la gestión empresarial alineada con la asistencia sanitaria. De este modo, los farmacéuticos pueden centrarse en su labor asistencial sin dejar de lado la rentabilidad y eficiencia de sus negocios.



IM Farmacias

La publicación especializada *IM Farmacias* ha destacado la amplia gama de servicios que Bidafarma ofrece para modernizar y fortalecer la farmacia del futuro. Entre ellos, resaltan herramientas digitales como *Sensafarma* para el comercio electrónico y *Bidamarketing* para la estrategia digital, así como soluciones de gestión como *Avantia Plus* y *Laboralfarma*. También pone en valor iniciativas como *Farmacotas*, *Salud en Casa* y *Farmapremium*, que permiten diversificar el negocio y mejorar la atención a los pacientes.

Grupo Bidafarma y la industria farmacéutica refuerzan su alianza en un encuentro estratégico



“

Grupo Bidafarma reunió a más de 170 profesionales del sector en la IV edición del Encuentro de Relaciones con la Industria



“

Grupo Bidafarma se consolida como un actor clave en la construcción de relaciones estratégicas dentro del sector farmacéutico

El Grupo Bidafarma celebraba este pasado 6 de marzo la IV edición de su Encuentro de Relaciones con la Industria, un evento que reafirma su compromiso con la transparencia y el trabajo conjunto entre distribución y laboratorios farmacéuticos. La jornada, que tuvo lugar en el espacio KOI de Madrid, reunió a más de 170 profesionales del sector en un foro que combinó análisis estratégico, debate y visión de futuro.

Bajo el lema #TeEscuchamos, el evento apostó por un formato dinámico que, además de compartir datos clave del sector, dio voz a expertos en distintas áreas para abordar los retos y oportunidades del ecosistema farmacéutico.

Un espacio para el análisis y el debate

La jornada fue inaugurada por Ignacio Pérez, director de Relaciones con la Industria de Grupo Bidafarma, quien presentó los principales indicadores de negocio y destacó el crecimiento de la cooperativa en los últimos años. Además, hizo un repaso por las herramientas y acciones que Bidafarma desarrolla en colaboración con la industria para fortalecer la cadena de valor farmacéutica.

El acto central del encuentro fue la mesa redonda “De la Industria a la Farmacia: Una visión integral del sector farmacéutico”, que contó con la participación de Ángel Luis Rodríguez de la Cuerda, director general de AESEG, Jaume Pey, director general de ANEFP, Pedro Luis Sánchez García, director del Departamento de Estudios de Farmaindustria y Francisco J. Fernández Rodríguez, director general del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid, quien moderó el debate.

“

Durante la jornada, se abordaron los principales desafíos que enfrenta el sector desde tres perspectivas clave: farmacia, industria y distribución



Durante la jornada, se abordaron los principales desafíos que enfrenta el sector desde tres perspectivas clave: farmacia, industria y distribución.

El cierre del evento estuvo a cargo de Jesús Porres, director general de Grupo Bidafarma, que expuso las líneas estratégicas de la cooperativa y reiteró el compromiso de la organización con la farmacia como eje central de su modelo de negocio.

El encuentro también contó con la presencia de directivos de otras cooperativas como José Luis Rodríguez, director general de Cofarca; Eduardo Padilla, director general de Cofarte; y José Comas, director general de Apotecaris, además de los principales interlocutores de Bidafarma.

Con esta edición, el Grupo Bidafarma se consolida como un actor clave en la construcción de relaciones estratégicas dentro del sector farmacéutico, promoviendo un modelo basado en la escucha activa, la transparencia y la colaboración.

FORMACIONES DEL TRIMESTRE

Acofarma presenta sus novedades en una gira por distintas ciudades de España

Acofarma está llevando a cabo una serie de jornadas informativas en distintas localidades de España con el objetivo de dar a conocer sus últimas novedades. Entre las ciudades donde ya se han celebrado encuentros destacan Alcázar de San Juan, Ciudad Real, Toledo, Huelva y Ceuta, entre otras.

Las presentaciones han estado a cargo de Fernando Román, gerente de Análisis Comercial y Nuevos Proyectos de Bidafarma, quien ha ofrecido una visión de las distintas gamas de producto Acofarma y su posicionamiento comercial. Además, ha expuesto en detalle las cuatro principales novedades de la marca para esta temporada: la gama anticaída, nuevos productos para pieles con atopía, las nuevas gafas de presbicia y la renovada línea de solares. También se han tratado estrategias de marketing para el punto de venta, ofreciendo consejos prácticos sobre cómo implantar los productos en farmacia, optimizar su visibilidad y aprovechar campañas específicas como la de solares.



Jornada sobre menopausia y su gestión en la oficina de farmacia

El pasado 25 de febrero, Bidafarma celebró en Ciudad Real una jornada formativa imprescindible para farmacéuticos, titulada “Menopausia: Crisis evolutiva. Qué es imprescindible conocer en la Oficina de Farmacia”. La sesión fue impartida por Asun Arias, farmacéutica experta en gestión por categorías y formación de equipos de alto rendimiento.

Bidafarma reafirma su compromiso con la formación continua, ofreciendo herramientas útiles para mejorar la atención y el asesoramiento farmacéutico en áreas de gran relevancia para la salud de la mujer

Durante la formación, los asistentes pudieron profundizar en los distintos aspectos de la menopausia, desde las diferencias entre pre, post y peri-menopausia hasta el climaterio. Se abordaron temas clave como el papel de las hormonas, las principales manifestaciones clínicas y el síndrome vasomotor, además de sus causas y tratamientos. Un punto de especial interés fue el análisis de la suplementación como herramienta esencial para mejorar la calidad de vida en esta etapa.

La jornada, que contó con una alta participación, destacó por su enfoque práctico y actualizado, proporcionando a los farmacéuticos conocimientos clave para asesorar de manera más efectiva a sus pacientes.



Bidafarma Castro Urdiales acoge una jornada formativa centrada en los servicios asistenciales



La sede de Bidafarma en Castro Urdiales fue escenario de una jornada de formación dedicada a los servicios sanitarios y asistenciales. Durante la mañana, tuvo lugar un encuentro más reducido en el que participaron exclusivamente farmacéuticos de Castro Urdiales. En esta primera parte, se presentó un interesante proyecto local liderado por el farmacéutico Eduardo Agustín (Farmacia Los Marineros) y el doctor Jesús Arnaiz, que cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Castro Urdiales. Esta iniciativa está orientada a mejorar la calidad de vida de las personas mayores del municipio y busca vincularse con el programa Sumavita, con el fin de reforzar su impacto a través de la red de farmacias.

Por la tarde, Encarnación Salado, del área de Servicios Sanitarios de Bidafarma, ofreció una completa exposición sobre los distintos servicios asistenciales que la cooperativa pone a disposición de las farmacias socias, mostrando cómo estos recursos pueden contribuir a una atención más integral y proactiva desde la oficina de farmacia.

Proyecto Post-Ictus en Cádiz: un paso adelante en la atención farmacéutica

La Fundación Bidafarma, en colaboración con el Hospital Universitario Puerta del Mar de Cádiz, Fundación Cajazol, el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Cádiz (COF Cádiz) y el Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CACOF), comenzaron el pasado 11 de marzo un ciclo de jornadas de formación clave para el desarrollo del proyecto "Recupera Vida, Proyecto Post-Ictus en Cádiz".

Este programa tiene un objetivo claro: mejorar la calidad de vida de las personas que han sufrido un ictus mediante un servicio de atención farmacéutica integral. Los pacientes del proyecto contarán con Sistemas Personalizados de Dosificación (SPD), que les permitirán organizar su medicación en pastilleros con tomas diarias estructuradas, facilitando el cumplimiento del tratamiento. Además, tendrán un seguimiento farmacoterapéutico, con consultas periódicas en la farmacia para resolver dudas y asegurar la efectividad de los medicamentos.



“Durante estas jornadas, los asistentes participaron en diversas ponencias clave para la administración eficiente de sus farmacias, así como en la gestión de stocks y el impacto de la inteligencia artificial en la productividad”

Éxito del ciclo formativo sobre gestión en oficina de farmacia



Los pasados 5 y 12 de marzo de 2025, Bidafarma Jaén celebró con gran éxito el Ciclo Formativo sobre Nociones Básicas de Gestión en Oficina de Farmacia.

Durante la primera jornada, los asistentes participaron en diversas ponencias clave para la administración eficiente de sus farmacias. Carlos Ferraro, del departamento financiero de Bidafarma, abrió el programa con una sesión sobre herramientas financieras para la gestión de la oficina de farmacia. Posteriormente, Carlos Jurado, miembro del Consejo Rector de Bidafarma, profundizó en los fundamentos económicos.

La sesión vespertina estuvo centrada en temas laborales y de comunicación. Lino Pérez, del área de RRHH de Bidafarma, explicó en detalle el convenio colectivo de oficinas de farmacia, mientras que Encarnación Goyanes y Montserrat Esteban, consultoras de Bidafarma, cerraron el día con una ponencia sobre estrategias de marketing y comunicación para mejorar la visibilidad de la farmacia en redes sociales.

La segunda jornada, celebrada el 12 de marzo, se enfocó en la gestión de stocks y el impacto de la inteligencia artificial en la productividad. Álvaro Mayor, farmacéutico de Málaga, ofreció una sesión práctica sobre análisis y control de inventarios, resaltando la importancia de una buena planificación para evitar roturas de stock. Por su parte, Francisco Vega, gerente de Transformación Digital de Bidafarma, expuso las aplicaciones de la inteligencia artificial para optimizar procesos en la farmacia.



Comunica y crea campañas de marketing



Bidafarma Cáceres impulsa el marketing farmacéutico con estrategias que venden

El sector farmacéutico evoluciona constantemente, lo que hace imprescindible adaptar estrategias de comunicación y marketing. En este contexto, Bidafarma Cáceres organizó una formación especializada para farmacéuticos, con el objetivo de mejorar la comunicación con los clientes y optimizar campañas de marketing.



La formación resaltó la importancia de una comunicación efectiva y la planificación estratégica para optimizar el marketing en farmacias

Se destacó la importancia de una comunicación efectiva tanto interna como externa. La interna ayuda a la motivación del equipo

y la alineación con los objetivos del negocio, mientras que la externa fortalece la relación con los clientes y mejora la reputación. Se abordaron estrategias de comunicación online (Google My Business, redes sociales, WhatsApp, SMS y correo electrónico) y offline (identidad corporativa, diseño de escaparates y material promocional).

Otro punto clave fue la planificación de un calendario de campañas de marketing, considerando factores como ventas, productos demandados y tendencias del mercado. Se enfatizó la importancia de fechas clave para lanzar promociones y segmentar al público objetivo, adaptando los mensajes a distintos perfiles de clientes y estableciendo objetivos claros mediante la metodología SMART.

Se presentaron casos prácticos, como una campaña enfocada en la salud cardiovascular en febrero, vinculada al Día de San Valentín, con promociones de productos y acciones educativas. También se analizó una campaña sobre la diabetes en noviembre, con estrategias para concienciación y prevención.



Se presentaron casos prácticos sobre campañas temáticas y la medición de resultados para mejorar la relación con los clientes y fidelizarlos

Finalmente, se resaltó la importancia de medir los resultados de cada campaña, no solo en ventas, sino en la interacción y fidelización de clientes. La formación permitió a los farmacéuticos adquirir herramientas clave para diferenciarse en el mercado y mejorar sus estrategias de marketing.



EL SOCIO OPINA

1. ¿Qué aspectos de la formación consideras más útiles para la gestión diaria de tu farmacia?
2. ¿Cómo crees que la implementación de estrategias de comunicación y marketing puede impactar en la relación con los clientes?
3. ¿Has aplicado ya alguna de las herramientas o estrategias aprendidas en la formación? Si es así, ¿qué resultados has obtenido?



Ricardo Núñez
Tietar -Cáceres

1. En primer lugar, decir que la formación y lo aprendido en ella se puede aplicar en todo tipo de farmacias, tanto en las farmacias de grandes núcleos poblacionales como en farmacias rurales, que es mi caso. Pero desde luego, la mejor herramienta de esta formación es el cuadro proporcionado para la realización de campañas, tanto los kits para conseguir una mejor promoción del mensaje que queramos dar a la población, como las ideas para empezar a desarrollar nuestras primeras campañas es simplemente un acierto.
2. Lógicamente el impacto en la población en estos casos siempre es positivo, las personas normalmente agradecemos algunos cambios, algunas novedades en todos los ambientes donde nos relacionamos y la farmacia en ese sentido es como cualquier otro lugar y más si cabe en los entornos rurales. Además, no deja de ser una manera muy acertada en la que demuestras lo implicado que estás con tus pacientes y otra manera para ganar su confianza y poder ayudarles lo máximo posible con otras dudas o problemas que pudieran tener en otros temas diferentes a la campaña en cuestión.
3. Desde luego, nosotros ya venimos haciendo una serie de campañas modestas, a nuestro nivel, sobre todo según las fechas en la que nos encontremos, como la última en los carnavales muy vividos en la zona donde nos encontramos nosotros, pero a raíz de la charla se me ocurrieron varias campañas que poco a poco intentaremos ir implementando en la farmacia y sobre todo, de temas que están emergiendo actualmente en nuestra sociedad. Pero debo decir que el recibo de nuestros pacientes siempre es total a todas las campañas que hacemos, la confianza en el personal de la farmacia es absoluta, uno de los muchos motivos por los que elegí trabajar como a mí me gusta decir, en una farmacia de pueblo.

1. La formación nos ha ayudado a organizarnos mejor para las campañas que queremos realizar y a definir con claridad nuestros objetivos.
2. Creemos que el impacto será positivo, ya que los pacientes podrán beneficiarse de los distintos servicios que ofrecemos, además de aprovechar las ventajas económicas asociadas a nuestras ofertas.
3. Hemos realizado nuestra primera campaña sanitaria sobre retorno venoso con una gran acogida por parte de los pacientes. Esto nos ha permitido darnos a conocer, uno de nuestros principales objetivos, y ayudar a los pacientes a identificar y mejorar sus síntomas con los productos disponibles en nuestra farmacia.



Carmen y Ana Sánchez Rubio
Jaraiz de la Vera, Cáceres



Carmen González Picado
Cáceres

1. Me pareció muy interesante todo lo que aprendimos sobre la planificación de campañas. Tener una idea en mente es una cosa, pero recibir consejos y estrategias prácticas facilita su puesta en marcha de manera más sencilla y efectiva. Además, nos ayuda a transmitirlos al equipo de la mejor forma posible.
2. Contar con una planificación más estructurada nos permite comunicar mejor las campañas a los pacientes. Muchos de ellos, especialmente los mayores, no usan redes sociales y solo se enteran de nuestras iniciativas cuando se lo explicamos directamente en la farmacia. Esto no solo mejora la comunicación farmacéutico-paciente, sino que también incrementa la participación en las campañas y el número de ventas.
3. Hemos puesto en marcha campañas tanto de información para el paciente como de marketing y seguimiento de enfermedades como la diabetes, entre otras. Los resultados han sido muy positivos, ya que ayudan a los pacientes a tomar conciencia de su salud y a mejorar su bienestar.

Formación que transforma

En el año 2024 Bidafarma ha dado un paso adelante en su compromiso con la formación del sector farmacéutico. Más de 6.000 profesionales de la farmacia han sido formados a través de un programa amplio y diverso que abarca desde píldoras formativas a programas superiores y, siempre, sin olvidarnos del personal de la farmacia.

Un año de crecimiento y aprendizaje

Somos conscientes de la importancia que tiene el tener un equipo en la farmacia bien formado y actualizado, y es por ello que hemos ofrecido una amplia oferta formativa para llegar a todos a través de las distintas modalidades de formación.

Siguiendo con nuestra política de acercar la formación a todas nuestras farmacias este año hemos puesto en marcha programas de alta dirección en oficina de farmacia en Extremadura y Andalucía Oriental, con la participación de más de 60 graduados en farmacia que se han preparado para una mejor gestión empresarial y una segunda edición del curso de Experto en ortopedia que habilita a sus participantes para abrir una ortopedia en su farmacia y que este año se ha llevado a cabo en Castilla la Mancha

y Andalucía Oriental con 40 nuevos profesionales de la ortopedia, que darán un nuevo y mejor servicio en nuestras farmacias comunitarias.

Formación continuada e innovación

Hemos retomado la formación continuada, este año bajo el título de Salud Mental y alimentación; se han impartido seis sesiones formativas que han tenido una magnífica acogida y en la que han participado casi un centenar de personas en cursos con presencialidad y grupos reducidos para lograr una experiencia más cercana y participativa. Para ello hemos contado con psicólogos, psiquiatras, nutricionistas y farmacéuticos, expertos todos ellos, que han abordado el tema desde su perspectiva y siempre enfocado a dar un mejor servicio en la farmacia.

Más de 40 webinars en temas profesionales

Hemos iniciado una nueva modalidad de formación con las píldoras formativas que han tenido casi 500 visualizaciones y hemos consolidado nuestra plataforma de formación donde se han impartido 24 nuevos cursos a los que han asistido

más de 1.000 compañeros, a los que le hemos diseñado un itinerario formativo acorde con los meses del año y las campañas publicitarias y que les han enseñado a mejorar la atención en el mostrador dando un consejo mucho más profesional.

Los más demandados

En formaciones presenciales hemos acercado a nuestros socios los temas más demandados, como fiscalidad de la oficina de farmacia, dermocosmética, la nueva legislación veterinaria, nociones de gestión empresarial o atención a pacientes oncológicos, contando para ello con expertos de reconocido prestigio en las materias a impartir.

Impulsando el futuro de la farmacia

En 2024 hemos llevado el conocimiento más cerca que nunca a las farmacias, asegurando un futuro más sólido y preparado para nuestras farmacias. En Bidafarma seguiremos apostando por un sector formado, actualizado y competitivo.

Gracias a todos por ser parte de este gran año de aprendizaje y crecimiento.



EUCERIN Y LAS FARMACIAS AVANTIA COFARTE IMPULSAN LA DERMOCOSMÉTICA EN TENERIFE



El pasado 6 de febrero Eucerin y las farmacias Avántia de Cofarte llevaron a cabo un evento exclusivo diseñado para potenciar la dermocosmética como herramienta clave en la atención farmacéutica. El objetivo principal fue capacitar a los farmacéuticos para que puedan organizar sus propios talleres de dermocosmética en sus farmacias, ofreciendo a sus clientes experiencias diferenciadoras que fomenten la fidelización.

Durante la jornada, los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer de primera mano las últimas innovaciones de Eucerin en el cuidado de la piel, así como técnicas para asesorar a

sus clientes de manera más efectiva. A través de dinámicas participativas y demostraciones en vivo, se resaltó la importancia de la personalización en la recomendación de productos, abordando necesidades específicas como la hidratación, el envejecimiento cutáneo y la protección solar.

Los expertos de Eucerin compartieron estrategias prácticas para la planificación y ejecución de talleres en farmacia, destacando cómo estos encuentros, no solo generan valor añadido para los clientes, sino que también refuerzan la confianza y el vínculo con los profesionales farmacéuticos.

El evento concluyó con un networking entre los participantes, donde se intercambiaron experiencias y se plantearon ideas para futuras iniciativas dentro de las farmacias Avántia.

Sin duda, este tipo de iniciativas refuerzan el papel del farmacéutico como asesor experto en dermocosmética y abren nuevas oportunidades para ofrecer un servicio más cercano, personalizado y de alto valor añadido a los clientes. ¡La piel lo agradecerá!

Cofarca impulsa la visibilidad de Acofarma con un expositor diseñado para potenciar el punto de venta

La Cooperativa Farmacéutica Canaria ha lanzado recientemente su nuevo expositor exclusivo para nuestra marca propia de farmacia, Acofarma. Con un diseño innovador y funcional, desarrollado internamente por su equipo, este expositor no solo optimiza la exhibición de productos, sino que también actúa como una herramienta clave de trade marketing, ayudando a las farmacias a mejorar su estrategia de retail.

Diseño estratégico para una exhibición efectiva

El nuevo expositor de Acofarma cuenta con cuatro estantes que permiten la combinación de productos de distintas categorías, como geles, cremas hidratantes, productos de cuidado de manos y otras líneas de alta rotación, como la gama de geles de aloe, entre otros. Su estructura ha sido creada pensando en la eficiencia del punto de venta, facilitando la organización y asegurando una disposición atractiva que capte la atención del consumidor.

Personalización como ventaja competitiva

Uno de los mayores valores añadidos de este expositor es su capacidad de personalización. Cada farmacia recibe material específico para adaptar la exhibición según los productos destacados en cada momento. Gracias a un innovador sistema de "burbujas" intercambiables, que se colocan junto a cada estante, se puede resaltar información relevante de los productos, ayudando a generar una experiencia de compra más intuitiva y efectiva.

Un recurso clave en la estrategia de retail

Más que un simple expositor, esta solución desarrollada por Cofarca se convierte en un aliado estratégico para las farmacias en la política comercial de su marca propia, Acofarma. Su diseño personalizado, pensado para maximizar la exposición y facilitar la rotación de productos, permite a los puntos de venta aplicar estrategias de marketing visual que incrementan la conversión y optimizan el espacio disponible. Además, al mejorar la presentación de los artículos, refuerza la percepción de valor de la marca y contribuye a generar confianza en el consumidor.

Con esta innovadora propuesta, Cofarca ha dejado patente su compromiso con sus farmacias cooperadas, ofreciendo herramientas que no solo embellecen el punto de venta, sino que también potencian la venta cruzada y mejoran la experiencia de compra en sus farmacias.





COFARTE CUMPLE 60 AÑOS Y ASÍ SE VISTE SU NUEVA IMAGEN CORPORATIVA

Este año es muy especial para nosotros: celebramos seis décadas de trayectoria, compromiso y evolución. Seis décadas de cooperación, esfuerzo compartido y trabajo incansable que nos han permitido convertirnos en referentes para el sector de la distribución farmacéutica en Canarias.

Con motivo de este hito especial, hemos diseñado un logotipo conmemorativo que nos acompañará durante este año con el propósito de hacer presente que el camino recorrido ha sido posible gracias al esfuerzo colectivo y a la confianza que ustedes han depositado en Cofarte.

Este signo es una reafirmación de nuestro compromiso con la calidad, el progreso y la excelencia en cada uno de nuestros procesos y servicios, así como del agradecimiento profundo a todas las personas que, de una u otra manera, han sido parte de nuestra historia y que continúan confiando en nosotros.

Celebrar 60 años es mucho más que alcanzar un número, es mirar atrás con orgullo y hacia adelante con ilusión, sabiendo que seguimos trabajando para afrontar nuevos desafíos y seguir creciendo como Cooperativa.

Tenemos razones para celebrar.



BIDAFARMA refuerza su compromiso con la igualdad en el Día de la Mujer



Como cada año, en Bidafarma reafirmamos nuestro compromiso con la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en nuestra cooperativa. Con motivo del Día Internacional de la Mujer, hemos organizado diversas acciones para visibilizar nuestro apoyo y contribuir a una sociedad más justa e igualitaria. La noche del 7 al 8 de marzo, nuestro almacén en Granada se iluminará de color rosa, el tono representativo de esta conmemoración, como símbolo de nuestro compromiso con la igualdad.



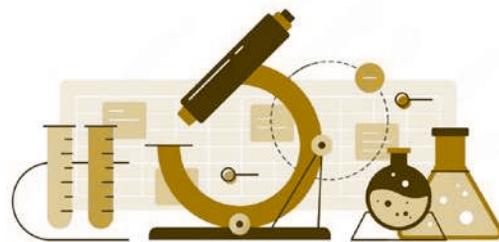
Además, hemos diseñado un cartel conmemorativo con el lema propuesto por Naciones Unidas para este año: *"Para las mujeres y niñas en TODA su diversidad: Derechos, igualdad y empoderamiento"*, que está disponible en el tablón de anuncios de todos los almacenes, en el portal del empleado/a para su descarga, como fondo de escritorio y en nuestras redes sociales.

Retomamos la campaña de venta del *Gel Solidario*, una iniciativa en colaboración con la Fundación Ana Bella para ayudar a mujeres víctimas de violencia de género. Asimismo,

desde la Fundación Bidafarma, queremos visibilizar esta fecha apoyando una causa solidaria. Toda la plantilla de Bidafarma recibirá una *Pulsera Rosa*, contribuyendo a la labor de la *Asociación Pulseras Rosas*, que trabaja para mejorar la calidad de vida de mujeres con cáncer y sin recursos.

Todas estas acciones han sido validadas por la Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad de Bidafarma. Os invitamos a todos/as a sumaros y participar activamente en esta conmemoración. Juntos seguimos avanzando hacia la igualdad.





“La investigación puede cambiar vidas”

Entrevista a Francisco José Toja Camba, ganador del XI Premio Julián Francisco Suárez Freire

¿Cómo fue tu camino hasta la farmacia hospitalaria?

Siempre he sido una persona con una gran curiosidad por la ciencia, la fisiología humana y la tecnología. Casi desde que comencé la carrera tuve claro que quería realizar el FIR y la residencia de la especialidad en Farmacia Hospitalaria. En mi caso, no me planteaba ninguna otra alternativa.

¿Qué significa para ti recibir el XI Premio Julián Francisco Suárez Freire?

Recibir este premio supone un nuevo impulso a mi carrera profesional. Premia el compromiso que tenemos desde FarmaCHUSLab con perseguir la mejora de la salud de las personas en general y de aquellas con patologías de salud mental en particular. El trabajo bien hecho es una satisfacción por sí solo, pero si te reconocen por ello, la satisfacción se convierte en una motivación extra para seguir investigando y desarrollando nuevas estrategias que puedan mejorar la práctica clínica y la calidad de vida de los pacientes.

En pocas palabras, ¿de qué trata el trabajo que te ha hecho merecedor del premio?

Nuestro trabajo aborda como los diferentes polimorfismos genéticos que podemos presentar las personas en dos enzimas hepáticas, responsables del metabolismo de la mayoría de los fármacos, afectan a las concentraciones de aripiprazol en la sangre de los pacientes. Por lo tanto, el estudio abre el camino a una mayor personalización de las terapias, disminuyendo el tiempo ensayo-error y aumentando la eficacia y seguridad de éstas. Todo esto redundará en la mejora tanto en la salud de las personas como también en su calidad de vida.

¿Cuáles fueron los mayores retos en esta investigación?

Este trabajo nace al mismo tiempo que el Plan Galego de Saúde Mental y nuestra línea de investigación en medicina personalizada y por lo tanto ha compartido varios retos. Todos ellos abordados junto con el servicio de psiquiatría y la Fundación Pública Galega de Medicina Xenómica. Además, desarrollar y validar un método analítico preciso para medir las concentraciones de los fármacos en sangre requirió un esfuerzo técnico considerable. Como en toda investigación, el aprendizaje y el estudio continuo fueron clave para superar los desafíos.

Desde tu experiencia, ¿qué papel crees que juegan las cooperativas farmacéuticas como Bidafarma en la investigación y la innovación dentro de la farmacia?

Las cooperativas farmacéuticas tienen un rol importante en la innovación y la investigación, ya que promueven la formación continua de los profesionales y pueden impulsar proyectos que mejoren la atención de nuestros pacientes. Su colaboración con hospitales y centros de investigación puede ser clave para el desarrollo de nuevas estrategias terapéuticas.

Has sido reconocido como “Imparable Sanitario 2024” y premiado como el mejor residente de farmacia hospitalaria en España en 2022. ¿Cómo han influido estos logros en tu evolución profesional?

Ser reconocido como mejor residente de España fue y es hasta el momento, uno de los momentos más emocionantes, arropado por mi familia y por mis compañeros, que he tenido en mi corta trayectoria profesional. Por otro lado, ser reconocido como Imparable Sanitario

tan solo dos años después es una confirmación de que el esfuerzo y la dedicación, incluso a través de pequeñas contribuciones, merecen la pena. Además, reafirma que estoy en el camino correcto, con la firme convicción de que la ciencia debe estar al servicio del paciente.

Pero si algo he tenido claro siempre, es que todo lo que consigues depende de las personas de las que te rodeas. Y yo, he tenido la mayor de las suertes en este sentido. Estos reconocimientos vienen también a revalidar esta idea y a reconocer a estas personas.

Compaginas investigación, asistencia y docencia en la Universidad de Vigo. ¿Cómo logras equilibrar todas estas facetas? ¿Cuál disfrutas más?

Reconozco que compaginar estas tareas, no es sencillo. Pero todas ellas me aportan algo en mi día a día. La investigación satisface gran parte de mi curiosidad, la actividad asistencial en el hospital me permite aplicar los conocimientos que adquiero en beneficio de los pacientes y la docencia me permite transmitir estos conocimientos para que otros puedan utilizarlos y expandirlos. Disfruto mucho de este equilibrio.

Estás estudiando Ingeniería Informática. ¿Qué papel crees que juega la tecnología en el futuro de la farmacia hospitalaria? ¿Cómo imaginas el sector en unos años?

La tecnología ya forma parte del día a día de nuestro sistema sanitario. A pesar de ello, creo que a corto plazo los cambios se sucederán de forma más ágil, pero siempre manteniendo unos estrictos estándares de calidad. Todos los sectores sufrirán una gran transformación con las nuevas tecnologías que han emergido en los últimos años y el sector de la salud no será ajeno a ellas.



¿Qué consejo darías a un joven farmacéutico que quiere dedicarse a la investigación?

Le diría que la investigación es un camino desafiante, pero también muy gratificante. Es fundamental ser curioso, perseverante y rodearse de buenos mentores y compañeros. No hay que temer a los obstáculos, porque cada dificultad es una oportunidad para aprender. La investigación puede cambiar vidas, y esa es la mayor motivación. Pero también le diría que elija bien como comenzar a andar este camino. Me explico, yo comencé en este camino de forma paralela a la especialidad, pero tanto la docencia como la investigación están pésimamente remuneradas económicamente en nuestro país, sobre todo esta última en etapas tempranas, por lo que el sacrificio del investigador en estos casos es mayor. Porque de ilusión se vive, pero no se come.

Y para cerrar, ¿qué te motiva a seguir investigando?

Me motiva la posibilidad de mejorar la calidad de vida de las personas y aportar soluciones innovadoras en el campo de la medicina personalizada y en otros que vendrán. La investigación es un motor de cambio y una fuente inagotable de conocimiento. Saber que mi trabajo puede tener un impacto real en la salud de las personas es lo que me impulsa a seguir e intentar ser mejor cada día.



Bidafarma expone su modelo de economía social en la distribución farmacéutica a jóvenes universitarios

El pasado 18 de marzo, la Facultad de Farmacia de la Universidad de Granada acogió una nueva edición de la Jornada de Emprendimiento organizada por la Cátedra de Economía Social, un espacio de referencia para la reflexión sobre modelos empresariales sostenibles y comprometidos con la sociedad. En esta ocasión, la jornada contó con la participación de Jesús Porres, director general de Bidafarma, que impartió la conferencia “El modelo cooperativista en el sector de la distribución farmacéutica”.

Un modelo basado en las personas y la cooperación

Durante su intervención, Porres explicó la relevancia de la Economía Social en el sector farmacéutico y cómo Bidafarma, como cooperativa, representa un modelo empresarial basado en la colaboración, la equidad y la sostenibilidad. Uno de los momentos más destacados de su ponencia fue el repaso a la fusión que dio origen a Bidafarma, un proceso que definió como un ejercicio de generosidad y compromiso por parte de todas las cooperativas implicadas. Un hito que consolidó a Bidafarma como un actor clave en la distribución farmacéutica y permitió fortalecer un modelo que garantiza la accesibilidad a los medicamentos en condiciones de equidad en todo el territorio nacional.

“

La fusión fue un ejercicio de generosidad y compromiso por parte de todas las cooperativas implicadas

Porres también abordó el impacto organizativo de la fusión y los desafíos que conllevó la integración de estructuras, procesos y equipos humanos en una única entidad cooperativa.

En cuanto a la actividad operativa de la cooperativa, el director general compartió ci-



fras clave sobre la magnitud y el alcance de Bidafarma. Además, destacó el papel que desempeña la innovación y la digitalización en la cooperativa, con un fuerte enfoque en la robotización de procesos para optimizar la logística y garantizar un servicio más eficiente a las farmacias socias.

Compromiso con la salud y el bienestar social

Durante su intervención, Porres subrayó el papel fundamental de Bidafarma en la pandemia de COVID-19, cuando la cooperativa trabajó codo a codo con la administración pública en la custodia y distribución de vacunas en diversas comunidades autónomas, asegurando su llegada a los centros de salud y hospitales con precisión y seguridad.

Además, explicó los servicios asistenciales que Bidafarma ofrece a sus farmacias socias, así como los proyectos de la Fundación Bidafarma, que tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas a través de iniciativas sociales y sanitarias.

Como parte de su compromiso con la Economía Social, Bidafarma forma parte de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), reforzando su apuesta por un modelo basado en la solidaridad y



la cooperación. Asimismo, la cooperativa ha implementado iniciativas medioambientales destinadas a reducir la huella de carbono y mejorar la sostenibilidad del sector farmacéutico.

“

Confiad en el futuro, en vosotros mismos y ofreced lo mejor que tengáis

Porres concluyó su ponencia poniendo en valor la estabilidad laboral y el compromiso de los trabajadores de Bidafarma, una de las claves del éxito de la cooperativa. Y, dirigiéndose a los estudiantes de la Facultad de Farmacia, les dejó una reflexión para su futuro profesional: “Confiad en el futuro, en vosotros mismos y ofreced lo mejor que tengáis.”

Más que una farmacia, un hogar

Las farmacias han sido fundamentales a lo largo de nuestra historia. No son solo lugares donde se dispensan medicamentos, sino espacios donde muchos encuentran prácticamente "otro hogar". Aquí se escucha, se ayuda, se aconseja... Muchos acuden incluso antes de ir al médico, porque saben que encontrarán a alguien dispuesto a atenderles, a escucharles como un psicólogo, a ofrecerles apoyo o entrar con preocupación y salir con una sonrisa. Eso es lo que hace especial nuestro trabajo y el de todos los que estamos detrás del mostrador de una farmacia.

Conscientes de la importancia de nuestra labor, quisimos ir más allá. Queríamos ofrecer más consejo, más ayuda... Y por eso decidimos integrar una óptica en nuestro corazón, en el mismo lugar de siempre, en ese "hogar" donde nuestros pacientes encuentran medicación, cosmética y compañía, también pueden graduarse la vista sin necesidad de salir del barrio.

Por eso queremos ofreceros algunos consejos sobre cómo cuidar los ojos en primavera.

La primavera trae consigo alergias, mayor exposición a la luz solar y cambios en el ambiente que pueden afectar la salud ocular. Para proteger vuestra vista en esta época del año, os recomendamos:

- **Protegerse del sol:** Usa gafas de sol con filtros UV para evitar el daño ocular por la radiación ultravioleta.
- **Evitar el contacto con alérgenos:** Si sufres de alergia primaveral, trata de reducir la exposición al polen manteniendo las ventanas cerradas en los días de mayor concentración y lavando frecuentemente la cara y las manos.
- **Hidratación ocular:** El aire seco y el aumento de la exposición al viento pueden provocar sequedad ocular. Usa lágrimas artificiales si notas irritación o sequedad en los ojos.
- **Descansar la vista:** Con la llegada del buen tiempo, pasamos más tiempo al aire libre y frente a pantallas. Es importante hacer pausas frecuentes, especialmente si usas dispositivos electrónicos.
- **Evitar el frotamiento de ojos:** Si sientes picazón o irritación, evita frotarte los ojos, ya que esto puede agravar la inflamación y aumentar el riesgo de infecciones. En su lugar, usa colirios adecuados o compresas frías.
- **Revisar tu salud visual:** La primavera es un buen momento para comprobar tu graduación y revisar tu visión con un especialista si notas molestias o cambios en tu vista.



Ahora, en nuestra farmacia-óptica, ayudamos a resolver dudas sobre la visión: ese "pisco" en el ojo, los dolores de cabeza, la dificultad para coser o leer el móvil. Qué suerte la nuestra, la de poder ofrecer aún más a nuestros pacientes y amigos, de serles útiles en su día a día. Porque cuidar la graduación de la vista y detectar cualquier problema o enfermedad a tiempo es fundamental, y nosotros queremos hacerlo fácil: sin esperas, sin pérdida de tiempo, con la confianza y garantía de la farmacia de toda la vida, la del barrio.

Esa es la grandeza de nuestra profesión: estar ahí para ayudar, para facilitar la vida de las personas. Y ahora, con la óptica, lo hacemos aún más. Esa es nuestra meta.

Antonio Galán Camino

*Auxiliar de la Farmacia-Óptica el Pilar
Córdoba*

Entrevista Francisco Cosano – Farmacia Fuentelucha - Alcobendas, Madrid

El éxito de la Farmacia Fuentelucha radica en un equipo motivado y un trato cercano como pilares fundamentales

La farmacia Fuentelucha abrió sus puertas en 2015 con la intención de ofrecer un servicio cercano y familiar. Sus inicios fueron en un pequeño local en el paseo de Fuentelucha, donde estableció un modelo de atención basado en la proximidad y el trato personalizado. Con raíces andaluzas —padres cordobeses e hijos almerienses—, la identidad de la farmacia está marcada por la calidez y el compromiso con sus clientes. Su mayor valor radica en la experiencia adquirida tras más de 30 años en el sector, un conocimiento que ha servido de base para su evolución y para la formación de un equipo orientado a garantizar un servicio de calidad.

¿Qué papel juega el equipo en el éxito diario de la farmacia?

Un papel esencial. Nuestro esmero y preocupación por trasladar los valores antes comentados al equipo siempre se ha visto reflejado en una mayor gratitud y satisfacción por parte de los clientes. No hay nada como recibir felicitaciones o buenos comentarios respecto al equipo por parte de clientes, conocidos, amigos y/o familiares. Y eso es la mayor fuente de motivación para nosotros. Una frase que nos gusta y que repetimos es: “La farmacia sois vosotros/as”, refiriéndonos siempre a que “la verdadera farmacia es el equipo que lo forma”. Por tanto, diría que el éxito de la farmacia depende en gran medida del equipo.

“

El equipo es la verdadera farmacia

¿Cuáles son las claves para construir un equipo motivado y comprometido?

Bueno, esto es algo que se construye día a día. Seguimos descubriendo claves para mejorar. Nuestros valores y nuestras pautas de

referencia solo son relevantes si el equipo las entiende, las comparte, las valora y nos ayuda a mejorarlas. Todos tenemos mucho que aprender día a día, y eso es algo que el equipo sabe y que nosotros sabemos también. Trasladar esta idea a todas las actividades, tareas y responsabilidades que hay en una farmacia (que nos son pocas) hace que la motivación y el compromiso surjan de una manera más natural y adecuada. Por otro lado, tratamos de que estar al día en todo lo nuevo sea algo habitual, como en las tendencias en Dermocosmética, Análisis Dermofacial, Capilar, Dietética, Ortopedia, etc.

¿Cómo logras que tu equipo se lleve bien y trabaje en armonía?

Cuando una farmacia crece hasta parecerse a una mediana empresa, este logro ya no es tan sencillo. Uno no cuenta con un departamento de recursos humanos, así que, llegado el punto, tendrás que tomarte en serio como lograrlo. La armonía no llega por sí sola. Y bueno, aunque aprendemos a diario, lo que sí hacemos a diferencia de antes es buscar momentos casi a diario para dedicárselos al equipo; ya sea para tratar temas personales, pensar en el equipo, reparto de tareas, problemas de calendario, vacaciones, proponer ideas para motivar al equipo, formar sub-equipos de trabajo de áreas específicas, implicación en los cambios, etc. Conectar y resolver todo esto requiere de un tiempo de calidad mínimo, y es esencial reservarlo.

A tu juicio, ¿Cuáles son los principales retos de gestionar un equipo en una farmacia?

Saber cuándo, cómo y qué tareas delegar en el equipo es importante. No podemos gestionarlo todo, o tratar de gestionar el equipo nosotros solos, pero tampoco se debe delegar todo en el equipo. Creemos que es un equilibrio que debe ir acompañado de una colaboración plena de todos y cada uno de nosotros, y el reto sería conseguir un sistema

o mecanismo que permita valorar el trabajo de cada uno y que el resultado se refleje en la calidad de los servicios que ofrece la farmacia. Esto se puede medir y percibir a diario gracias a las experiencias de los clientes en la farmacia física, experiencias de compra, experiencias en servicios ofrecidos o citas, experiencias en eventos, reseñas recibidas, valoraciones, mails, etc. El reto tiene que ver con el vínculo entre la satisfacción de los clientes y la satisfacción personal y laboral del equipo. Si eres capaz de interpretar y medir esto, entonces sabrás sacar lo mejor de tu equipo y tener la conciencia tranquila de que cada uno y cada una da lo mejor de sí mismo.

“

La armonía no llega sola, hay que trabajarla

¿Qué estrategias utilizas para fomentar un ambiente laboral positivo?

Tras la reforma de 2024 hemos conseguido espacios muy amplios y luminosos para trabajar en un entorno favorable y sano, y no solo para permitir establecer una buena disposición del producto según áreas o categorizaciones bien diferenciadas para los clientes, sino para que las personas de nuestro equipo puedan sentirse a gusto a la hora de desarrollar su trabajo. Elegimos colores claros, suelos naturales, entornos con música, iluminación alegre y materiales que además de identificar a la farmacia, también transmitan calidez, alegría, tranquilidad y buena armonía. Tratamos de que esos espacios reservados para cada actividad dentro de la farmacia tengan también su propio ambiente específico y diferencial, y que cuenta con sus propios medios necesarios para que la atención al cliente sea una experiencia positiva, pero como decimos, que también lo sea para nosotros. El buen rollo, compañerismo y

respeto, están presentes en nuestra farmacia desde el primer día. Aunque esto habría que confirmarlo con el equipo, ¿no crees?

¿Cómo manejas los conflictos o diferencias entre los miembros del equipo?

Con naturalidad, como cosas que pueden pasar y cosas que se deben solucionar con máxima normalidad y sensatez. A veces nos equivocamos nosotros. Sí, nosotros los jefes, y cuando es así hay que saber reconocer errores y sobre todo, ponerse siempre en el lado del otro. Demuestra humildad, y esta se implanta en el propio equipo y en su forma de auto gestionarse. En esto también aprendemos mucho del equipo casi a diario. Lo saben y nos consta que lo agradecen. Es importante que estos conflictos o diferencias también se solucionen entre todos, en la medida de lo posible.

¿Cómo motivas al equipo en los momentos de mayor presión o estrés?

Tratando de estar cerca y demostrando uno mismo que tiene ganas y motivación para afrontarlos. Se trata de intentar dar el mejor ejemplo. Con alegría, con entusiasmo por la profesión. Cuando esto surge de uno mismo, si de verdad tienes buen equipo, entonces es algo que el equipo sabe percibir fácilmente y que producirá un efecto contagioso. Te diría que en estos momentos de mayor presión ese contagio aumenta, y la motivación y las ganas de resolver y afrontar esos momentos surgen de una manera más natural.

“

Un buen ambiente laboral mejora la experiencia del paciente

¿De qué manera un buen ambiente laboral mejora la experiencia de los pacientes?

Contribuye sin duda a afianzar una buena experiencia con los clientes, como para que quieran volver y repetir, o incluso para consolidar un cliente para toda la vida. El cliente quiere agilidad, pero también quiere sentirse bien tratado y en un entorno seguro y de confianza. Si tu ambiente laboral está preparado en este sentido, y la relación entre el equipo y los clientes fluye, se producen relaciones y vínculos con los clientes realmente buenos, a veces sorprendentes.



El trato al cliente, la sensación de confort en la post venta, y la relación de confianza que se forja con ellos es una temática que abunda en las reseñas que recibimos a diario desde Google, Web, y RRSS. Y eso nos hace sentir muy orgullosos y satisfechos.

¿Qué consejo le darías a otros farmacéuticos que buscan mejorar la gestión de su equipo?

Creemos que cada farmacia es un mundo. No todo lo que nos cuentan o vemos es aplicable para nuestra farmacia. Con lo cual, no creo

que todo lo que aplicamos nosotros pueda ser bueno para otras farmacias. Pero supongo que uno debe primero conocer bien su farmacia, el papel que tiene en su entorno, entender bien a sus clientes, comprender el barrio o la zona en la que se establece, y por supuesto sentir al equipo y sacar el máximo provecho del mismo. Con estas pautas, al menos en nuestro caso, da para averiguar que aspectos son los que se necesitan mejorar. Así que un consejo específico no, pero en resumen: Mirar, escuchar, interpretar, aprender y mejorar.

Una farmacia con historia: el hallazgo arqueológico que sorprendió a todos

Claudio Barquero, farmacéutico en Mérida



La historia de la farmacia de Claudio Barquero en Mérida tiene un componente único: bajo sus cimientos se esconden vestigios arqueológicos de gran importancia. Este farmacéutico, con años de experiencia en distintas localidades de Extremadura, nunca imaginó que su establecimiento en la calle Hernán Cortés número 54 se convertiría en un testimonio del pasado romano de la ciudad.

“
Cada rincón de Mérida tiene historia, y nuestra farmacia no fue la excepción

Desde su apertura, la farmacia no solo ha prestado servicio a los emeritenses, sino que también ha despertado el interés de turistas y especialistas en arqueología. Y es que, durante las obras de adecuación del local, se descubrieron elementos de gran valor histórico: una torre de la muralla de Augusta Emerita y parte del acueducto de San Lázaro.

“El acueducto apareció por sorpresa total, y la torre de la muralla ya estaba documentada, pero fue impresionante verla emerger ante nuestros ojos”, recuerda Barquero. Mérida, declarada Patrimonio de la Humanidad, exige que cualquier obra de construcción incluya una fase de excavación supervisada por el Consorcio de la Ciudad Monumental, y en este caso, los resultados fueron sorprendentes.

“
Descubrir la torre de la muralla romana y el acueducto de San Lázaro fue un viaje al pasado

Los hallazgos no tardaron en llamar la atención de la comunidad científica. La torre, aunque deteriorada con el paso de los siglos, presentaba detalles llamativos, como pequeñas piedras decorativas colocadas entre los sillares. “Nos encontramos con elementos





que contaban una historia, vestigios que formaron parte de la Mérida romana”, comenta el farmacéutico.

“

Gracias al trabajo del equipo de arqueólogos, pudimos documentar y preservar estos hallazgos”

El acueducto de San Lázaro, en cambio, se hallaba en un estado de conservación excepcional. Esta infraestructura hidráulica, que abasteció a la ciudad en tiempos romanos, está documentada en el Museo Romano y atraviesa varias calles del centro histórico. Su presencia en la farmacia refuerza la importancia del lugar dentro del trazado urbano antiguo.

Pese a los retos que supuso la integración de estos restos en el proyecto, el farmacéutico destaca la labor del equipo de especialistas, especialmente la del arqueólogo (Gilberto), compañero de Don Benito y del Colegio Claret, cuyo conocimiento y dedicación permitieron que se documentara y protegiera cada hallazgo. “Fue un orgullo ver cómo se llevaban a cabo los estudios y cómo Mérida sumaba otro fragmento de su historia”, señala.

“

La farmacia se ha convertido en un punto de interés para turistas y visitantes”

Hoy, la farmacia no solo es un espacio de salud y atención al público, sino también un lugar donde el pasado y el presente conviven. Muchos turistas se acercan interesados en conocer más sobre los restos arqueológicos y su relación con la historia de la ciudad. “Cada día recibimos visitas de personas que quieren ver los vestigios, y para nosotros es un honor compartir este pequeño tesoro de la Mérida romana”, concluye Barquero.



Más allá de la Farmacia

Entre la farmacia y la organización de eventos



Desde que era niño, Carlos Gallego tuvo claro que su vida estaría ligada a la farmacia. Criado en un entorno donde su padre regentaba una botica en Cáceres, su futuro profesional parecía escrito. Tras estudiar en la Universidad Complutense de Madrid, en 2009 se incorporó a la farmacia familiar como adjunto. Apenas un año después, compró la mitad del negocio y recientemente ha adquirido la totalidad del establecimiento, consolidándose como farmacéutico titular.

Sin embargo, la farmacia no es su única pasión. Desde pequeño, también estuvo en contacto con el mundo de los eventos gracias a su madre, que trabajaba en el sector. Años más tarde, en 2015, Gallego decidió seguir sus pasos y fundó Toc Toc Eventos, una empresa que ha ido creciendo hasta convertirse en un referente en la organización de acontecimientos en Extremadura. Lo que empezó como una inquietud y un deseo de continuar el legado familiar se ha transformado en una compañía con un papel destacado en el sector.

Equilibrio entre dos mundos

Compatibilizar la gestión de una farmacia con la organización de eventos no es tarea fácil. "Es un esfuerzo grande y conlleva muchos sacrificios", reconoce. Sus días transcurren entre pedidos de medicamentos y la planificación de eventos, con jornadas que se alargan hasta bien entrada la noche y fines de semana dedicados a reuniones



José Luis, Cristina, Juani, Carlos y Jara.



y preparativos. Para optimizar su tiempo, ha integrado su despacho en la farmacia, lo que le permite atender ambas actividades sin descuidar ninguna.

“

En ambos sectores, la relación con clientes y proveedores es clave para el éxito

A pesar de que farmacia y eventos puedan parecer dos sectores dispares, Gallego encuentra similitudes entre ellos. “Ambos requieren habilidades sociales, negociaciones con proveedores y una buena gestión de equipos”, explica. En la farmacia, la confianza con los clientes es clave para el éxito, y en la organización de eventos sucede lo mismo: la capacidad de atender y entender las necesidades de los clientes marca la diferencia.

Uno de los mayores retos a los que se enfrenta es hacer sentir a sus clientes atendidos, tanto en la farmacia como en los eventos. “Es fundamental que perciban que tomas su problema de manera personal”, dice. Además, confiesa que su mayor sacrificio es encontrar tiempo de calidad para disfrutar con los suyos.

Su empresa de eventos ha tenido momentos clave que han marcado su crecimiento. Uno de los más importantes fue la organización del rodaje de MasterChef en Cáceres en junio de 2020, en plena pandemia. “Fue todo un desafío, desde coordinar la entrada de un tráiler de 16 metros en la Plaza Mayor hasta gestionar el catering y la seguridad en un momento tan complicado”, recuerda. A partir de esa experiencia, su relación con el programa se consolidó, y hoy Toc Toc Eventos es una de sus cinco empresas proveedoras más importantes.

“

El evento que marcó un antes y un después fue el rodaje de MasterChef en plena pandemia

Otro hito ha sido su papel en FITUR, donde desde hace seis años lidera la organización de los informadores de Extremadura, afianzando su posición en el sector público. Para Gallego, haber estado presente en



un evento de tal magnitud de manera constante demuestra la calidad del trabajo que realizan en Toc Toc Eventos y la confianza que han logrado generar con los organismos públicos.

La interconexión entre farmacia y eventos

Además, la experiencia en el sector farmacéutico le ha servido para gestionar mejor su empresa de eventos, aplicando conceptos como la organización eficiente del trabajo, la atención al detalle y la confianza en su equipo. “Sin un buen equipo detrás, ningún proyecto puede salir adelante”, asegura.

“

La farmacia es mi vida, mi pasión, lo que hace que todo tenga sentido

Ambos sectores exigen un alto nivel de contacto con el público y una capacidad de reacción rápida ante imprevistos. “En la farmacia, cada paciente es único y tiene necesidades específicas, al igual que cada cliente en un evento”, explica.

Mirando hacia el futuro

Aunque la organización de eventos en el sector farmacéutico no ha sido su foco principal, no descarta explorar nuevas oportunidades. “No nos preocupa en exceso, pero seguimos trabajando para introducirnos más en este ámbito”, admite. Sabe que hay empresas especializadas con una trayectoria consolidada en este tipo de eventos, pero confía en que, con el tiempo, su empresa pueda ofrecer un valor diferencial en ese mercado.

“

Es fundamental confiar en los equipos de trabajo, sin ellos nada de esto sería posible

Carlos Gallego ha logrado lo que muchos soñarían: compaginar dos vocaciones y convertirlas en éxito. Con una farmacia consolidada y una empresa de eventos en crecimiento, sigue demostrando que la pasión y la organización pueden llevar a cualquier profesional a lo más alto. Su historia es un ejemplo de cómo la determinación y la capacidad de adaptación pueden abrir puertas en sectores aparentemente distintos, pero que comparten un mismo objetivo: ofrecer el mejor servicio posible a los clientes y usuarios.

La atención en la farmacia rebosa cariño y eso, a veces, cura más que el ibuprofeno

Patricia Reche

Farmacéutica en Bayarque, Almería



En pequeñas localidades como Bayarque, la farmacia no es solo un punto de dispensación de medicamentos, sino un pilar fundamental del sistema sanitario y social. Patricia Reche, farmacéutica en esta localidad almeriense, habla sobre los desafíos, la importancia del trato cercano y la necesidad urgente de apoyo institucional para garantizar la sostenibilidad de estos establecimientos esenciales.

¿Cómo describirías el papel de la farmacia rural en pequeñas localidades como Bayarque?

Como el único establecimiento sanitario con un profesional muy cualificado al frente, que permanece abierto cuando no hay ni un consultorio médico abierto.

“

Sin sostenibilidad económica, no se puede garantizar la supervivencia de la farmacia rural

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta una farmacia rural?

La viabilidad económica es el principal escollo. Difícilmente se puede afrontar otro tipo de retos si no se puede vivir dignamente de la farmacia.



¿Crees que la sociedad y las administraciones valoran suficientemente la labor de las farmacias rurales?

La sociedad sí, no hay más que echar un vistazo a la valoración que tienen de nosotros, los farmacéuticos. Otra cosa muy distinta es la administración. Indistintamente del color político, la farmacia es sistemáticamente ignorada como recurso y herramienta de mejora de la salud de la ciudadanía y de ahorro para el Sistema Nacional de Salud.

En localidades con población envejecida, ¿qué papel juega la farmacia en el día a día de los mayores?

El papel es básico. Desde explicar qué toman, porqué lo toman y cuándo han de tomarlo hasta el consejo de salud, pasando por el farmacoterapéutico. Eso sin olvidarnos del inevitable consultorio de asuntos varios; desde cuestiones bancarias hasta asuntos personales.

¿Cómo ayuda la farmacia a garantizar que los mayores sigan correctamente sus tratamientos?

Conociendo mejor que ellos su tratamiento. Detectando efectos adversos a través de una charla informal y descubriendo si siguen o no el tratamiento o si lo están tomando correctamente.



Los farmacéuticos rurales detectamos efectos adversos en los tratamientos simplemente con una charla informal con nuestros pacientes

¿Qué importancia tiene la cercanía y el trato personal en la farmacia rural para el bienestar de los mayores?

La experiencia rural curte. Te hace más empático y observas el envejecimiento desde un punto de vista muy humano. El conocer la historia que hay detrás de cada mayor que acude a tu farmacia, te hace que la atención que dispensas rebose cariño. Esto, con frecuencia, cura más que el Ibuprofeno.



Cuando eres un profesional querido, tu influencia en la educación sanitaria es inimaginable

¿Qué medidas pueden tomarse desde la farmacia rural para fomentar la prevención de enfermedades?

Cualquiera imaginable. Pero, como siempre, estamos atados de pies y manos y solo la Administración tiene la potestad de liberar el inmenso potencial de la farmacia, de especial relevancia en la llamada "España vaciada".

¿Cómo se trabaja en la farmacia rural la educación sanitaria de la población?

Desde la cercanía y la confianza que, si haces bien tu trabajo, acabas obteniendo de los usuarios.

La educación sanitaria no solo se transmite. De poco sirve si no cala o no llega. Cuando eres un profesional querido, tu influencia es inimaginable. Es entonces cuando puedes influir, educar y contribuir a la mejora del estado general de salud de tu población.

¿Cómo se coordina la farmacia rural con otros profesionales sanitarios (médicos, enfermeros, etc.) para mejorar la prevención?

En un ámbito rural, es la relación personal la que manda. La comunicación suele ser muy fluida, horizontal y bastante amistosa. Se colabora en todos los ámbitos de una forma muy transversal.



En un ámbito rural, la colaboración entre sanitarios es horizontal, fluida y casi siempre amistosa

¿Qué medidas deberían tomarse para garantizar la sostenibilidad de las farmacias rurales?

Pues en la pregunta está contenida la respuesta: hacerlas sostenibles. Esto compete a la Administración. Si la Administración quiere fijar población en las áreas más despobladas, debe entender que del aire no se vive. Como servicio público básico en un estado del bienestar, hacer sostenible a la farmacia rural es de capital importancia, y tarea de la administración.

¿Qué le dirías a un joven farmacéutico que se plantea comenzar en una farmacia en un pueblo pequeño?

Que no hay mejor escuela, que aquí se aprende la importancia del medicamento como fuente de salud y bienestar para una población que acaba siendo parte de ti. Que, en un pueblo, se aprende a ser mejor ciudadano y a comprender el valor y la importancia del concepto "comunidad".



Avantia European Tour inicia su recorrido en París

El pasado mes de marzo, Bidafarma organizó la primera edición del Avantia European Tour, un programa diseñado para acercar a los titulares de farmacia a las tendencias emergentes del sector farmacéutico en Europa. París fue la ciudad elegida para esta primera experiencia, en la que participaron 22 farmacéuticos con el objetivo de conocer de primera mano el modelo francés y analizar su posible aplicación en el mercado español.

La iniciativa se enmarca dentro de la estrategia de Avantia de consolidar su posición en el sector a través de la observación de mercados extranjeros. En esta ocasión, el modelo francés fue objeto de estudio, destacando aspectos como la amplitud de las

superficies de exposición, la alta rotación de productos, la diversificación del surtido, la oferta de servicios asistenciales y el concepto de megafarmacia. Estas características han convertido a la farmacia en Francia en un pilar clave dentro de la atención sanitaria, con un volumen de negocio considerable y una estructura orientada tanto a la venta como a la prestación de servicios.

Intercambio de ideas y perspectivas para España

El evento no solo permitió a los asistentes analizar el entorno farmacéutico francés, sino que también sirvió para fomentar el intercambio de experiencias y la cohesión entre

“

El mercado francés se basa en grandes superficies, alta rotación de productos y un modelo de megafarmacia con una oferta diversificada de servicios asistenciales



los participantes. La posibilidad de establecer contactos y compartir impresiones sobre el futuro del sector ha sido una de las principales conclusiones extraídas de esta primera edición. Entre las principales conclusiones extraídas, se destaca que la evolución del modelo farmacéutico español pasará por la transformación del retail, la ampliación de los servicios y la adaptación de los espacios comerciales.

El recorrido incluyó visitas a diversas farmacias y encuentros con profesionales del sector. La experiencia contó con la colaboración de distintas entidades francesas, entre ellas Groupe Citypharma, PharmaBest, PharmaVie, Eric Zanea, Univers Pharmacie y Pharmactive Biotech Products, que ofrecieron una visión detallada sobre la gestión y operativa de las farmacias en Francia.

La iniciativa busca consolidarse en los próximos años como un espacio de aprendizaje y análisis que permita a los profesionales del sector incorporar estrategias innovadoras y mejorar su competitividad en el mercado.

“

El futuro de la farmacia en España estará marcado por la evolución del retail, la ampliación de los servicios y la adaptación de los espacios comerciales



Bidafarma en acción: Campaññas que conectan con la farmacia

Día del padre

Desde el inicio de 2025, Bidafarma ha impulsado diversas campañas dirigidas a sus socios, destacando iniciativas que fortalecen el vínculo con la comunidad farmacéutica. Con motivo del Día del Padre, celebrado el 19 de marzo, Bidafarma, lanzó la campaña "Frases de Padre", una acción con un enfoque cercano y participativo haciendo un pequeño guiño a aquellas frases o dichos que caracterizan a los padres de sus socios.

A través de esta iniciativa, queremos recordar desde el cariño aquellas frases icónicas que los socios han escuchado de sus padres, transportándolos a años pasados y rescatando expresiones que forman parte del día a día.



Redoxon® Es tiempo de protección

De la mano de Bayer, Bidafarma lanza una campaña de protección e inmunidad con la gama de productos Redoxon. El objetivo de esta es tratar de ofrecer al farmacéutico toda la información necesaria acerca de este ámbito de la salud, facilitando herramientas para ayudar en la atención y asesoramiento del paciente.

Para ello se ponen a disposición del socio diferentes recursos descargables a través de una landing page en la web de Bidafarma, como material descargable para redes sociales, recursos para pacientes, recursos de uso profesional e incluso una píldora formativa inducida por diversos profesionales del sector.

Con esta campaña, Bidafarma refuerza su compromiso con la formación y el apoyo a las farmacias, promoviendo el acceso a información de valor que contribuye a la mejora de la salud de la población.



▼ **wegovy**[®]

Control de peso



Otra de las campañas que continua con una segunda parte este 2025 es la de Wegovy.

La obesidad en España ha experimentado un preocupante incremento del 51% en los últimos años, con una tendencia al alza que pone de manifiesto la necesidad de soluciones eficaces para la pérdida de peso. En este contexto, la búsqueda de tratamientos que faciliten el control del peso ha cobrado especial relevancia entre los pacientes.

Ante esta realidad, NovoNordisk y Bidafarma lanzaron en 2024 una campaña para potenciar el uso de Wegovy, su nuevo tratamiento para la pérdida de peso. Dado el éxito de la iniciativa, la campaña continúa en 2025, con el objetivo de seguir proporcionando formación y el apoyo a las farmacias en el abordaje de la obesidad.

Para ello se ponen a disposición del farmacéutico/a diferentes recursos para poder dar apoyo e información al paciente final, a la que pueden acceder mediante una landing page en la web Bidafarma.

Todas las campañas cuentan con materiales exclusivos como infografías, cartelería, dossieres, vídeos y otros recursos, accesibles desde la web de Bidafarma. Las farmacias pueden participar en estas y descargar los recursos a través de diferentes canales digitales: correo electrónico, WhatsApp, banners en la página principal de la web y el calendario Bidafarma.

Encuentra estas y muchas más campañas que preparamos para ti en el apartado Media Gallery en la web.

**ESCANEA Y ACCEDE A LA
MEDIA GALLERY**



Bidafarma impulsa la formación en oncología para farmacéuticos

El cáncer es una de las principales causas de morbilidad en nuestra sociedad, y la atención desde la farmacia juega un papel crucial en el soporte a este tipo de pacientes, ya que el farmacéutico es a menudo el primer punto de contacto, tanto para él como para su familia. Estar bien preparados significa poder ofrecer no solo consejo profesional, sino también acompañamiento emocional y guía.

Cuando alguien ha sido sometido a un tratamiento oncológico tiene gran incertidumbre, y pueden surgir muchas dudas relacionadas con todo su proceso, ya sea por la propia patología, como por la medicación que recibe. Sin embargo, acceder al especialista que lo está tratando suele ser muy difícil, y la farmacia, al ser el centro sanitario más cercano y accesible, es el lugar idóneo donde el paciente oncológico puede ser atendido y resolver todas sus dudas.

“

El farmacéutico es el primer punto de contacto para muchos pacientes oncológicos, ofreciéndole apoyo emocional y guía

Estar preparados para ello cobra especial importancia, y siendo conscientes de ello surgió la oportunidad de colaborar con la Oncology Academy y la fundación ECO, que son líderes indiscutibles en la formación de calidad en oncología.

El curso de certificación que proponemos ofrece una formación integral y práctica en oncología. Podéis ver a continuación los contenidos que se ofrecen, tanto para farmacias que se iniciaron en el proyecto el año pasado, como para las que quieren hacerlo ahora:

Bidafarma, con clara vocación de apoyo a esta iniciativa, dota de una beca en el precio de certificación a aquellas farmacias que quieran adherirse al proyecto (más información: fciaoncolologica@bidafarma.es)

“

Bidafarma ofrece becas para la certificación en oncología, reforzando su compromiso con la mejora de la atención al paciente en farmacias

Esta formación, dirigida a farmacéuticos e impartida por oncólogos, es un claro ejemplo de la importancia y la necesidad de colaboración entre diferentes profesionales que existe, con un objetivo común: mejorar la atención al paciente oncológico.



Si ya te certificaste en 2024...

Escanea el código QR para ver el **nuevo contenido**.



Si aún no te has certificado...

Escanea el código QR para ver el **programa completo**.

EL SOCIO OPINA

1. ¿Qué os motivó a realizar esta certificación en oncología?
2. ¿Cuáles fueron los aspectos más valiosos o sorprendentes que aprendisteis durante el curso?
3. ¿Recomendarías esta certificación a otros compañeros?

1. El aumento de casos en nuestro entorno nos hizo tomar conciencia de la importancia de estar bien informados. Queríamos que nuestras intervenciones con pacientes oncológicos estuvieran respaldadas por conocimientos actualizados y basadas en la mejor evidencia disponible.
2. Los avances en terapias inmunológicas nos abrieron nuevas perspectivas y reforzaron nuestra esperanza en la evolución del tratamiento oncológico. Los datos sobre la efectividad y resolución de la enfermedad fueron especialmente reveladores.
3. Sí, la recomendaría. El curso está bien estructurado para ampliar y actualizar conocimientos. Además, contar con farmacéuticos formados en oncología es fundamental, ya que somos profesionales accesibles para resolver dudas y contribuir al tratamiento de los pacientes.



María José Baeza Gutiérrez
Farmacia M^a José Baeza Gutiérrez (Los Villares de Andujar, Jaen)



Daniel Báñez
Farmacia Chiclana Báñez C.B. (Espartinas, Sevilla)

1. Nos motivó la creciente necesidad de ofrecer un acompañamiento más especializado a los pacientes oncológicos desde la Farmacia Comunitaria. El cáncer es una de las principales causas de morbilidad y mortalidad a nivel mundial, con millones de nuevos casos cada año y como existe una gran desactualización debida a que los avances en este campo avanzan a pasos agigantados, queríamos profundizar en el conocimiento de esta enfermedad, los tratamientos y sus efectos adversos, así como otros aspectos a tener en cuenta en estos pacientes, para así poderles ofrecer una atención más integral y poder mejorar la calidad de vida.
2. En mi caso, me llamó mucho la atención todos los avances que se están produciendo en cuanto al tratamiento del cáncer y fue muy esperanzador conocer cómo los datos de supervivencia de la enfermedad son cada vez mayores gracias a estas nuevas terapias.
Por otro lado, uno de los aspectos más valiosos y enriquecedores de la certificación fue comprobar cómo la figura del farmacéutico puede ser muy importante para el paciente oncológico. Saber que podemos ser un pilar en el bienestar de los enfermos y sus familiares, nos motiva a seguir formándonos.
3. Sin duda. El conocimiento es poder. Yo recomendaría a todos los compañeros que continúen formándose en cualquier ámbito de la salud, ya que es indispensable estar actualizado para poder brindar a nuestros pacientes una buena atención farmacéutica. Pero en especial, recomendaría que realizaran esta certificación ya que, por desgracia, el cáncer es una enfermedad todavía muy desconocida y tenemos que estar lo mejor preparados posible para poder ayudar a los pacientes en esos momentos de incertidumbre.
Es una formación que no sólo amplía nuestros conocimientos, sino que refuerza el papel esencial del farmacéutico en el equipo multidisciplinar de atención oncológica.

1. Bea, nuestra delegada de Bidafarma, nos habló del curso y nos pareció interesante. Decidí hacerlo y la verdad que no me arrepiento. Muchas veces, los pacientes oncológicos vienen a la farmacia buscando mejorar su calidad de vida, intentando minimizar los efectos secundarios de sus tratamientos y no sabemos cómo asesorarles. Ahora ya podemos darles un consejo más personalizado y ayudarles en su día a día.
2. Uno de los efectos secundarios más frecuentes en el paciente oncológico es el cansancio (se denomina astenia) que en este caso no mejora con reposo ni con la toma de complejos vitamínicos. Es algo que me llamó la atención y que desconocía, de hecho, se recomienda hacer ejercicio físico para mejorar este problema.
3. Recomendaría este curso porque no tenemos los conocimientos necesarios para ayudar a estos pacientes que tanto nos necesitan. La verdad que una buena formación y un buen consejo pueden hacer más llevadero el tratamiento.



Andrea Sánchez Beloso.
Farmacia Avenida Alberto Alcocer (Madrid)

Entrevista a **Eva Fernández**
Responsable de misión de la AECC

Nuestro objetivo es alcanzar el 70% de supervivencia en 2030



El pasado 4 de febrero se celebraba el Día Mundial Contra el Cáncer, una enfermedad que padecen millones de personas en todo el mundo con una incidencia al alza que preocupa especialmente. La Asociación Española Contra el Cáncer se encarga todos los días de acompañar, asesorar y asistir a los pacientes que padecen esta enfermedad además de apoyar a sus familiares. Por este motivo hablamos con Eva Fernández que es responsable de misión de la AECC en la provincia de Málaga, esto fue lo que nos contó.

Por primera vez, en el año 2024, los diagnósticos de cáncer han superado la barrera de los 10.000 casos en Málaga (10.044 exactamente), ¿qué lectura se hace desde la Asociación Española Contra el Cáncer?

Desde la AECC en Málaga este dato nos preocupa bastante, pero nos motiva a seguir trabajando con más fuerza. Hablamos de una detección precoz y eso es positivo, pero tenemos que seguir impulsando la precaución y prevención. Y por supuesto el acompañamiento a las familias. Queremos seguir reduciendo el impacto del cáncer en la sociedad y seguir avanzando para alcanzar el 70% de supervivencia para el año 2030.

¿Debemos hacer más esfuerzos en campañas de concienciación y prevención del cáncer?

La prevención es clave. Un 40% de los casos de cáncer se pueden evitar con hábitos de vida saludables, dejar el tabaco, reducir el consumo del alcohol, llevar una dieta equilibrada, hacer ejercicio regularmente... Es fundamental que las personas participen en los programas de cribado y acudan a revisiones médicas porque la prevención es fundamental. Insistimos mucho en este aspecto, en la importancia de la prevención, que la sociedad tome conciencia. Es importantísimo cuidar nuestra salud.

¿Qué servicios presta la Asociación a los pacientes?

En la AECC damos asistencia, acompañamiento y asesoramiento social a los pacientes y a sus familiares, apoyo integral con atención psicológica. También la orientación médica. Y en casos de vulnerabilidad también ayudamos económicamente. Trabajamos mucho la promoción de hábitos saludables como en impulsar la investigación. Queremos mejorar los tratamientos y también la calidad de vida de quienes padecen la enfermedad.

“

La prevención es clave. Un 40% de los casos de cáncer se pueden evitar con hábitos de vida saludables, dejar el tabaco, reducir el consumo del alcohol, llevar una dieta equilibrada, hacer ejercicio regularmente... Es fundamental que las personas participen en los programas de cribado y acudan a revisiones médicas porque la prevención es fundamental



¿Han incorporado nuevos servicios durante 2024?

Hemos ampliado nuestros servicios, que son totalmente gratuitos. Hemos reforzado el programa de acompañamiento a los hospitales, incrementando ayudas económicas a pacientes en riesgo de exclusión social, la ayuda a domicilio que antes no la cubríamos. También estamos ampliando además del apoyo psicológico, la rehabilitación con actividades grupales a pacientes. Innovación en prevención y concienciación incorporando el servicio de nutrición y logopedia, pacientes oncológicos que se desplazan a las juntas locales que son 14 en Málaga. Y el programa de deshabituación tabáquica que está dirigida a toda la sociedad en general, no solo a pacientes.

“

La industria y la distribución juegan un papel fundamental, su compromiso con los pacientes y la sociedad es clave en la lucha contra el cáncer

¿Se deberían dedicar más recursos a investigación oncológica?

Sin duda. La investigación es clave, fundamental. Gracias a ella se logran avances en detección precoz, en los tratamientos más eficaces. En definitiva, en aumentar la supervivencia. Destinamos una parte importante de nuestros recursos para esa parte de investigación. Además, reclamamos un mayor compromiso por parte de las instituciones, que se reciba lo que realmente se necesita en la investigación oncológica.

¿Qué objetivos se ha marcado la Asociación a corto y medio plazo?

Que nadie tenga que enfrentarse solo al cáncer, llegar a más personas con todo el apoyo que necesiten, todos nuestros servicios totalmente gratuitos. Seguimos alineados con la meta de la asociación a nivel nacional y llegar a ese 70% de supervivencia para el año 2030. Para lograrlo trabajamos en prevención, apoyo a pacientes y familias y la investigación que es clave para seguir avanzando.

¿Qué nivel de importancia crees que copa la Farmacia para la atención hacia el paciente?

Juega un papel fundamental. Es el punto de referencia más cercano, los pacientes pueden recibir la información sobre la medicación, consejos sobre los efectos secundarios...Y es el apoyo para seguir correctamente el tratamiento, es el punto más cercano. ¿Quién no tiene una farmacia de referencia? Además, la farmacia tiene un rol clave en la prevención promoviendo los hábitos saludables y están participando en esta campaña de concienciación. Su labor es esencial, para mejorar la calidad de vida de los pacientes y ayudar en todo el proceso del tratamiento.

Y respecto a Bidafarma, el valor social de la cooperativa con los pacientes son parte de nuestro ADN

Sin duda, especialmente en Málaga donde nosotros desarrollamos nuestra labor. Bidafarma es un activo muy importante porque nos brinda un gran respaldo. La industria y la distribución juegan un papel fundamental, su compromiso con los pacientes y la sociedad es clave en la lucha contra el cáncer.



A la sombra de los pinos

Según una publicación del Programa Copernicus (C3S) de la Unión Europea, Enero se ha registrado como el mes más cálido a nivel global y esto conlleva a múltiples cambios en el comportamiento de flora y fauna de nuestro planeta entre otras muchas consecuencias.

Debido a este cambio climático y a que las temperaturas son cada vez más suaves a lo largo del año, el ciclo de la conocida como Oruga Procesionaria del Pino (fase de desarrollo de la mariposa *Thaumetopea pityocampo*) se ha visto modificado, de tal forma que la bajada de la oruga de las copas de los pinos que solía ocurrir en los meses de abril hasta mayo, se está adelantando a los meses de febrero-marzo según la Comunidad Autónoma en la que nos encontremos.



Esta oruga supone un problema de salud pública por sus efectos en los animales domésticos y en niños, pudiendo ser en algunos casos mortal debido a las reacciones alérgicas que puede provocar en algunos individuos

Esta oruga supone un problema de SALUD PÚBLICA por sus efectos en los animales domésticos y en niños, pudiendo ser en algunos casos mortal debido a las reacciones alérgicas que puede provocar en algunos individuos.

El ciclo de vida de esta oruga comprende varias etapas, desde su primer estadio adulto como mariposa (julio-agosto), pasando por las fases de huevo y larvas resguardadas en un bolsón que penden de coníferas durante los meses de invierno.

Con la llegada del aumento de las temperaturas, las orugas emergen de estas bolsas y forman hileras que bajan de los árboles en busca de un lugar donde enterrarse para comenzar la metamorfosis y empezar de nuevo el ciclo al formar la crisálida y posterior mariposa adulta.



“
El peligro que supone esta plaga forestal se debe a los pelos urticantes que poseen en su lomo, y que liberan al aire libre como mecanismo de defensa ante cualquier amenaza

Por esto es muy común que en el paseo con nuestras mascotas en parques o lugares al aire libre donde haya pinares cerca nos crucemos con esa procesión de orugas que tanto llama nuestra atención o a nuestras mascotas.

El peligro que supone esta plaga forestal se debe a los pelos urticantes que poseen en su lomo, y que liberan al aire libre como mecanismo de defensa ante cualquier amenaza.

Estos pelos contienen una toxina que provoca irritación y múltiples reacciones alérgicas en nuestras mascotas como inflamación de la cara, salivación excesiva, inflamación de la lengua, rascado, vómitos, depresión, convulsiones e incluso la muerte en algunos casos.

Es por eso que ante cualquier sospecha debemos acudir al veterinario para

que inicie el tratamiento más adecuado según el nivel de afectación que tenga nuestro perro.

Como primera medida y si se presenta esta urgencia, es recomendable lavar la zona afectada con agua caliente para así inactivar los restos de toxina que pudiesen quedar sobre el animal y posteriormente aplicar frío para disminuir la inflamación.

Saber identificar esos síntomas, saber qué hacer hasta que lleguemos al veterinario y educar en la importancia de la prevención es clave para evitar posibles accidentes y seguir disfrutando de esos paseos que tanto nos gustan a dueños y mascotas.

M^a Pilar Fernández Rasco
Responsable de Farmascotas



Ritmos circadianos, sueño y alimentación

A ver... ¿Qué es eso de los ritmos circadianos y porqué influyen tanto en mi sueño? Además, ¿qué tiene que ver mi alimentación en todo esto? Pues bien, comienzo contando que los ritmos circadianos son, en resumidas cuentas, ciclos biológicos que duran aproximadamente 24 horas y que juegan un papel crucial en determinados procesos de nuestro cuerpo como la liberación de hormonas, la temperatura corporal, el metabolismo y el sueño (ciclo de sueño/vigilia), entre otros. Estos ciclos están regulados por la luz y la oscuridad de nuestro entorno, ayudando a sincronizar nuestro reloj biológico con el ciclo día-noche.

“**Los ritmos circadianos son, en resumidas cuentas, ciclos biológicos que duran aproximadamente 24 horas y que juegan un papel crucial en determinados procesos de nuestro cuerpo como la liberación de hormonas, la temperatura corporal, el metabolismo y el sueño (ciclo de sueño/vigilia), entre otros**”

Como veis, esto de los ritmos circadianos no solo influye al ciclo del sueño, va mucho más allá, aunque nosotros nos vamos a centrar en él y en como nuestra alimentación, aunque parezca a priori que tiene poca relación, influye directamente en la calidad de nuestro sueño.

La melatonina, llamada “hormona del sueño”, es una de las principales hormonas involucradas en la regulación de estos ritmos. Su producción aumenta durante la noche, favoreciendo el sueño,

y disminuye con la luz solar, ayudando a mantenernos despiertos durante el día. Ciertos alimentos y nutrientes pueden optimizar la producción de melatonina y mejorar la sincronización de nuestro reloj biológico, mientras que otros pueden alterar nuestro sueño y desajustar nuestros ritmos circadianos (cronodisrupción).

“**La melatonina, llamada ‘hormona del sueño’, es una de las principales hormonas involucradas en la regulación de estos ritmos”**”

¿Cuáles son estos nutrientes y en qué alimentos los podemos encontrar?

El principal y más conocido es el triptófano, aminoácido esencial precursor de la serotonina que a su vez es precursora de la melatonina, ¿en qué alimentos podemos encontrarlo? Principalmente en fuentes proteicas como las carnes de pavo o pollo, pescados como atún o salmón, huevos, frutos secos como almendras y nueces, semillas, lácteos y algunas frutas como el plátano. Los alimentos de origen animal suelen tener mejor absorción de triptófano gracias a la presencia de otros aminoácidos, aunque combinaciones de carbohidratos complejos pueden mejorar su biodisponibilidad en fuentes vegetales.

Igualmente, los alimentos ricos en vitamina B6, presente en alimentos como anchoa, salmón, sardina, atún, pollo, aves, plátanos, avena, chía, nueces, papas y garbanzos es esencial para que este triptófano se convierta en serotonina y por tanto en melatonina, contribuyendo a un sueño de mejor calidad. En pescados grasos como el salmón o la sardina, las nueces o la chía, ricos en omega-3 ayudan también a reducir la inflamación y mejorar la función cerebral, promoviendo un sueño más profundo y reparador.



El magnesio, conocido como el “mineral relajante” es popular por sus propiedades calmantes y su capacidad para regular el sistema nervioso. Además, interviene en la producción de melatonina, dos puntos importantes a su favor para promover su consumo. Lo encontramos en espinacas, almendras, semillas de calabaza, aguacates, plátanos y legumbres. Consumir estos alimentos por la noche puede ayudar a preparar el cuerpo para un sueño profundo. Es más, su déficit puede estar relacionado con el insomnio y despertares nocturnos.

Los carbohidratos complejos, como los que se encuentran en avena, arroz y cereales integrales, quinoa, legumbres y batatas, pueden ayudar a aumentar la disponibilidad de triptófano en el cerebro ya que disminuyen los niveles de otros aminoácidos que compiten con el triptófano. Además, los carbohidratos ayudan a estabilizar los niveles de glucosa en sangre, evitando picos o caídas bruscas que puedan interrumpir el sueño.

Melatonina: Presente en cerezas, nueces, avena, plátanos y tomates, como hemos visto, es la hormona responsable de inducir el sueño. Consumir estos alimentos puede ayudar a mejorar la latencia del sueño y a mantener ciclos más regulares.

¿Y qué alimentos o bebidas provocan un desajuste en nuestros ritmos circadianos? Tiene lógica pensar que la cafeína, presente en el café, el té, las bebidas energéticas y algunos refrescos, siendo un estimulante conocido, nos dificulte la conciliación del sueño. Otro popular estimulante es el alcohol que, aunque provoque somnolencia inicialmente, realmente interfiere en los ciclos del sueño profundo ya que su metabolismo en el organismo genera despertares nocturnos frecuentes. Por último, las comidas copiosas y ricas en grasa no solo dificultan la digestión, sino que hace aumentar el riesgo de reflujo ácido interfiriendo en el sueño profundo.

“ **La nutrición juega un papel crucial en la regulación de nuestros ritmos circadianos y en la calidad del sueño** ”

Otras estrategias para nuestro día a día son:

- Cenar temprano y ligero: cenar al menos dos o tres horas antes de acostarse evita las malas digestiones y mejora la conciliación del sueño. Como hemos visto, se recomienda evitar comidas grasas, muy condimentadas o azucaradas por la noche, promover el consumo de alimentos ricos en triptófano, vitamina b6, magnesio y melatonina para optimizar nuestros ciclos de descanso.
- Comidas regulares: mantener una rutina de comidas a horas regulares ayuda a regular los ritmos circadianos y facilita la sincronización del reloj biológico.
- Hidratarse: beber suficiente agua durante el día, pero reducir la ingesta de líquidos antes de dormir para evitar interrupciones nocturnas por necesidad de ir al baño.
- Infusiones relajantes: manzanilla, valeriana, lavanda, hierbaluisa o pasiflora pueden ayudar a inducir el sueño de manera natural.
- Mantén una rutina de sueño regular, acostándote y despertándote a la misma hora, reduce la exposición a pantallas (móviles, tablets, TV) al menos 1 hora antes de dormir.
- Ejercicio regular: La actividad física mejora la calidad del sueño, pero es importante evitar el ejercicio intenso 2-3 horas antes de dormir. Caminar, nadar o hacer bicicleta durante al menos 30-45 minutos al día favorece el sueño profundo.
- Realizar estiramientos suaves antes de acostarte puede reducir el estrés y preparar el cuerpo para el descanso.
- Exposición a la luz natural: Realizar ejercicio al aire libre por la mañana ayuda a regular los ritmos circadianos.

La nutrición juega un papel crucial en la regulación de nuestros ritmos circadianos y en la calidad del sueño. Al incorporar alimentos ricos en triptófano, magnesio, vitaminas B6 y melatonina, podemos optimizar nuestros ciclos de descanso. Por otro lado, debemos evitar alimentos y bebidas que alteren nuestro reloj biológico, como la cafeína, el alcohol y las comidas pesadas. Al sincronizar nuestra alimentación con los ritmos circadianos, podemos mejorar nuestra salud general y disfrutar de un sueño reparador, clave para un bienestar óptimo.



La Primavera de María: Recuperando la Alegría de Pasear



Isabel Cristina Hernández Díaz
Directora técnica de Salud en Casa

María siempre había amado la primavera. Para ella, era la época en la que los parques florecían, los días se llenaban de luz y las calles se llenaban de vida. Sin embargo, con el paso de los años, los paseos que antes disfrutaba se habían convertido en un reto. Sus problemas de movilidad la habían llevado a pasar más tiempo en casa, y con ello, su ánimo comenzó a decaer. “Es como si mi mundo se hubiera encogido”, solía decir. Pero todo cambió cuando descubrió las ayudas técnicas.

Un día, en su farmacia de confianza, María compartió su preocupación con el farmacéutico, quien, escuchándola con atención, le sugirió probar un andador. “Te ayudará a sentirte más segura al caminar, y con eso, podrías volver a disfrutar de tus paseos”, le dijo con una sonrisa. Al principio, María estaba escéptica. Pero animada por su hija y con la orientación del farmacéutico, decidió intentarlo.

El poder de salir al aire libre

Con la llegada de la primavera, María empezó a dar pequeños paseos por el barrio con su nuevo andador. Lo que comenzó como una tímida vuelta a la manzana se transformó en recorridos diarios al parque más cercano. Allí, el aire fresco, el canto de los pájaros y los rayos de sol en su piel comenzaron a hacer maravillas. No solo se sentía más fuerte físicamente, sino que su ánimo había cambiado. Salir a pasear se convirtió en su momento favorito del día, una rutina que esperaba con ilusión.



Como María, muchas personas mayores enfrentan barreras físicas que pueden limitar su movilidad y afectar su bienestar emocional. Sin embargo, las ayudas técnicas como los andadores, los bastones y las sillas de ruedas permiten superar estas limitaciones y recuperar la alegría de salir al aire libre.



Los bastones: un apoyo confiable en cada paso

Antes de usar el andador, María había probado un bastón que le ayudó a mantener el equilibrio en sus paseos cortos. Para muchas personas, los bastones son el primer paso hacia una mayor movilidad. Al ser ligeros y fáciles de manejar, son ideales para quienes necesitan un pequeño apoyo adicional. Además, ayudan a reducir la presión en las articulaciones y fomentan una postura adecuada.



El andador: un aliado para la independencia

El andador que eligió María se ajustaba perfectamente a su altura y necesidades. Gracias a su diseño ligero y sus ruedas, pudo moverse con más seguridad y confianza. Pronto se dio cuenta de que no solo era útil para los paseos, sino también para desplazarse por casa. Y cuando necesitaba descansar, el asiento incorporado le ofrecía una solución práctica.

Sillas de ruedas: la libertad de explorar sin límites

Para quienes, como su vecina Ana, enfrentan mayores restricciones de movilidad, las sillas de ruedas son una herramienta esencial. Ana siempre había sido una mujer activa, y aunque sus problemas físicos limitaban sus desplazamientos, su silla de ruedas le permitió seguir disfrutando de la compañía de su familia y los paseos al aire libre. Con modelos cómodos y ergonómicos, las sillas de ruedas brindan no solo movilidad, sino también la posibilidad de participar en actividades sociales y comunitarias.



Elección de la ayuda técnica adecuada

Cada persona es única, y así también lo son sus necesidades. María aprendió que el éxito en el uso de una ayuda técnica radica en elegir la más adecuada para su situación. Ya sea un bastón, un andador o una silla de ruedas, contar con la asesoría del farmacéutico fue clave para tomar una decisión informada.

Un consejo para quienes comienzan

María siempre recuerda el mejor consejo que recibió: "No te desanimes al principio. Dale tiempo a tu cuerpo para adaptarse". Ahora, con su experiencia, anima a otras personas mayores a no tener miedo de probar estas herramientas que, lejos de ser una limitación, representan una puerta abierta hacia una vida más activa y feliz.

El papel de los farmacéuticos: una guía para redescubrir la primavera

El apoyo del farmacéutico fue fundamental en la historia de María. Su conocimiento sobre las ayudas técnicas y su capacidad de empatizar con las preocupaciones de los pacientes los convierten en aliados esenciales para quienes buscan mejorar su calidad de vida.

Hoy, mientras María pasea por el parque con su andador, se siente agradecida por haber dado ese primer paso. Porque, como ella misma dice, "La primavera siempre ha sido mi estación favorita, y ahora puedo disfrutarla de nuevo, un paso a la vez".

Esta primavera, recordemos que las ayudas técnicas no solo mejoran la movilidad, sino que también devuelven la alegría de vivir. Anímonos a nuestros mayores a salir, explorar y redescubrir la belleza del mundo exterior, con la confianza de que cada paso los lleva hacia una vida más plena.

Torneo Golf Sevilla



El pasado jueves 20 de febrero, tuvo lugar el Torneo de Golf de Sevilla organizado por la Cooperativa para sus socios. Dicho torneo se disputó en el Club Zaudín Golf, donde se dieron cita más de 50 participantes.

La jornada comenzó con un invitado sorpresa y anhelado, el sol. Tras unas semanas en las que las lluvias, tan necesarias en nuestra zona, han sido protagonistas, la mañana dio paso a un sol radiante que se disfrutó durante todo el día, dando lugar a un ambiente primaveral y una estampa digna de revista.

Tras el recibimiento de los participantes, fueron saliendo al campo por orden, según tenían en su cuadrante del torneo, a medida que avanzaba el día y el sol se dejaba notar cada vez con mayor

intensidad llegó la hora de tomar fuerzas con un "pic nic" cortesía de nuestros colaboradores.

Una vez iban finalizando los grupos, se iban conociendo los resultados de cada categoría: femenina, masculina y scratche. En categoría femenina la vencedora fue Rocío Alonso Blázquez y en la masculina, Manolo Huertas fue quién se alzó con la victoria. En scratche Eduardo Brandariz.

Llegada la hora del almuerzo se disfrutó un cóctel donde compartieron impresiones de la jornada y finalmente se realizó la entrega de premios a los ganadores, además de contar con un sorteo, donde cada participante tuvo un obsequio gracias a la colaboración de nuestros partners.





Un fin de semana de deporte, familia y momentos únicos

SIERRA NEVADA 2025
.....



Un año más, los socios de Bidafarma han podido disfrutar de una de las experiencias con mayor aceptación entre las muchas que **FYE** nos permite elegir.

Casi 300 personas se han dado cita para un fin de semana de desconexión, con multitud de actividades para que toda la familia disfrute estos días, momentos para el ocio y la convivencia.

El buen tiempo que ha acompañado en esta ocasión, con temperaturas que sólo una estación como la de sierra nevada puede ofrecer, ha contribuido al buen ánimo a la hora de practicar los deportes de esquí, snowboard o ruta con raquetas.

Para aquellos que lo requieren, Bidafarma proporciona la posibilidad de participar en clases grupales, impartidas por monitores especializados en estos deportes de invierno, de manera que, tanto principiantes como expertos, tengan cabida en esta entretenida actividad.

Este año como novedad, hemos podido contar con una actividad de patinaje sobre hielo en la que los niños han hecho las delicias del respetable, demostrando su habilidad en esta divertida sesión, en la que también los adultos más animosos han mostrado su destreza y disfrutado como los más peques de la familia.

“

Sierra Nevada 2025 ha sido mucho más que un viaje: deporte, convivencia y diversión en un entorno inigualable

La comodidad y prestaciones de las instalaciones en las que nos hospedamos, permiten a todos los participantes obtener el relax deseado después del esfuerzo realizado en la montaña.

Para todos los que formamos parte de la organización del evento, ha sido un verdadero placer ver como los socios han sacado el mayor provecho de esta experiencia, y que la gran mayoría hayan transmitido querer repetir un año más.

Por nuestra parte solo nos queda trasladar nuestro más sincero agradecimiento por la enorme predisposición que habéis mostrado hacia el disfrute y la concordia, haciendo nuestro trabajo mucho más fácil y fomentando un ambiente de lo más familiar para todos.

Así pues, ya sea para conocerla o para repetirla la experiencia, ¡Os emplazamos para vernos en la próxima edición!



TORNEO DE PÁDEL SOLIDARIO de COFARTE y FUNDACIÓN COFARTE

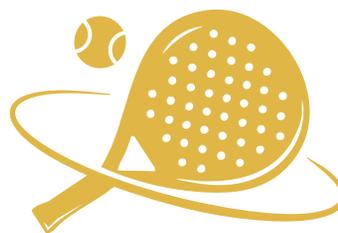


El pasado 15 de febrero, la pasión por el deporte y la solidaridad se dieron la mano por segundo año consecutivo en el Torneo de Pádel Solidario a beneficio de ENVERA, una organización dedicada a la inclusión social y laboral de personas con discapacidad.

El evento, celebrado en las instalaciones de Wurkopadel Tenerife, en el Mayorazgo, reunió a un buen número de participantes y espectadores que quisieron sumarse a esta noble causa.

Desde el comienzo de la jornada, el ambiente estuvo cargado de entusiasmo y competitividad sana. Jugadores de distintos niveles se enfrentaron en partidos vibrantes, demostrando su destreza en la pista y, sobre todo, su espíritu deportivo. También se habilitó una cancha pádel adaptado, que pusieron de relieve la importancia de la inclusión en el deporte.

El torneo concluyó con la entrega de trofeos en la que se reconoció el esfuerzo y el compromiso de todos los participantes y es que, gracias a la generosidad de los asistentes y patrocinadores, se logró recaudar una importante cantidad



de fondos que contribuirán a los programas de ENVERA en la provincia.

Desde la organización del evento queremos agradecer a todos los jugadores, voluntarios y colaboradores por hacer posible esta jornada inolvidable. Sin duda, esta iniciativa ha demostrado que el deporte puede ser una herramienta poderosa para el cambio social y la solidaridad.

¡Nos vemos en la próxima edición!



Innovación y servicios para la farmacia del futuro



Desde su creación, Bidafarma ha revolucionado el sector farmacéutico con un compromiso claro: ofrecer un soporte integral a las farmacias para que se conviertan en verdaderos centros de referencia en salud. Su amplia gama de soluciones abarca desde la gestión financiera hasta la expansión comercial y la digitalización, permitiendo que cada farmacia adapte su modelo de negocio a las nuevas necesidades del mercado. Con una visión de crecimiento sostenible, Bidafarma busca fortalecer el ecosistema farmacéutico a través de un enfoque que combina la eficiencia operativa con la atención personalizada a los pacientes.

Para garantizar una administración ágil y segura, Bidafarma ha desarrollado una serie de servicios que facilitan la labor diaria de los farmacéuticos. A través de acuerdos con entidades financieras, proporciona productos de ahorro e inversión diseñados específicamente para el farmacéutico. Además, la consultoría Farmaseguros ofrece asesoramiento especializado en seguros, mientras que la plataforma Bidainformática optimiza la gestión mediante programas como Unycop, VGaleno y Xefar Boy, con más de 25 años de experiencia en el sector.

Avantia Plus Gestión es otro de los pilares clave, ofreciendo consultoría especializada en la mejora de la gestión empresarial alineada con la asistencia sanitaria. De este modo, los farmacéuticos pueden centrarse en su labor asistencial sin dejar de lado la rentabilidad y eficiencia de sus negocios.

Nuevas oportunidades para la farmacia

Bidafarma impulsa la diversificación en las farmacias a través de la implementación de nuevas categorías de productos y servicios que permiten ampliar su oferta y mejorar su competitividad. En este sentido, la ortopedia y las ayudas técnicas han adquirido un papel fundamental gracias al programa Salud en Casa, que facilita su incorporación en el punto de venta. Con ello, las farmacias pueden proporcionar soluciones especializadas a pacientes con movilidad reducida o que requieren asistencia específica en su día a día.

“

Bidafarma amplía la oferta de productos y servicios para mejorar la competitividad de las farmacias

Otro segmento en auge es el de Farmascotas, un servicio integral que no solo brinda formación y asesoramiento en consultas veterinarias, sino que también incorpora estrategias de merchandising que incrementan la visibilidad de esta categoría dentro de la farmacia. Esta iniciativa responde a una creciente demanda por parte de los clientes que buscan productos especializados para el cuidado de sus mascotas.

Por su parte, la nutrición es un área que ha cobrado gran relevancia dentro del sector, promoviendo un enfoque preventivo y de bienestar.

Bidafarma ofrece asesoramiento nutricional a las farmacias adaptado a las distintas necesidades de los pacientes, consolidando así su papel como referente en salud y prevención.

La formación continua es un pilar esencial en el modelo de Bidafarma, proporcionando a los farmacéuticos herramientas para mejorar su conocimiento y habilidades. A través de alianzas con prestigiosas instituciones como Escuela San Telmo Business School, CEU San Pablo y la Universidad de Castilla-La Mancha, se ofrecen programas de formación especializados en gestión empresarial y salud.

Además, Bidafarma cuenta con una bolsa de empleo, facilitando la selección de personal cualificado para cubrir las necesidades de las farmacias. Laboralfarma, por su parte, brinda asesoramiento en materia laboral, asegurando que las farmacias cumplan con la normativa vigente y optimicen sus procesos internos.

Innovación en el punto de venta

Para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la gestión de las farmacias, Bidafarma ha desarrollado soluciones innovadoras, permitiendo que los farmacéuticos adapten su negocio a las exigencias del mercado actual:

- **Bidamarketing:** Consultoría estratégica personalizada que ayuda a las farmacias a posicionarse de manera competitiva.
- **Canalbida:** Herramienta de marketing digital que permite una comunicación más dinámica con los clientes a través de pantallas interactivas, mejorando la experiencia de compra.
- **Bidabranding:** Creación de identidades corporativas personalizadas que reflejen la esencia y valores de cada farmacia.
- **Bidaespacios:** Asesoramiento especializado en la distribución y diseño del espacio de venta para optimizar la experiencia del cliente y maximizar el rendimiento del negocio.
- **Nextera:** Primer programa de fidelización a nivel nacional, ofreciendo a las farmacias una herramienta para mejorar la relación con sus clientes habituales.
- **Consultoría online:** Este servicio que ofrecerá asesoramiento continuo en la implementación y seguimiento de aplicaciones digitales.



Transformación digital al servicio de la salud

La digitalización se ha convertido en un pilar fundamental para la evolución de las farmacias, y Bidafarma está a la vanguardia de este cambio con herramientas diseñadas para facilitar su adaptación a la era tecnológica. Para ello, el Kit Digital ofrece un servicio especializado como agente digitalizador, asegurando que las farmacias puedan modernizarse y operar en un entorno más eficiente y seguro.

Otro aspecto clave es la visibilidad digital, y para ello, Bidaredes proporciona a las farmacias estrategias especializadas de posicionamiento en redes sociales. A través de este servicio, las farmacias pueden mejorar su comunicación con los clientes y fortalecer su imagen de marca en el entorno digital. Por último, el análisis de datos se ha convertido en una herramienta imprescindible en la toma de decisiones estratégicas, y el sistema Business Intelligence (B.I.) permite a las farmacias recopilar y analizar información relevante para optimizar su operativa y mejorar la experiencia del cliente.



Bidafarma impulsa la digitalización de las farmacias con herramientas como el Kit Digital, Bidaredes y Business Intelligence para análisis de datos, asegurando un modelo de negocio más eficiente y adaptado a la era tecnológica



La farmacia como centro de salud

El valor asistencial de la farmacia es fundamental para Bidafarma. A través de la plataforma Prevención es Bida, las farmacias pueden registrar medidas biométricas, gestionar medicación habitual y configurar avisos para mejorar la adherencia terapéutica de los pacientes. Además, se han desarrollado herramientas específicas para el cribado y diagnóstico precoz de diversas patologías:

- **Telederma:** Programa de cribado para la detección de cáncer y precáncer de piel, facilitando una evaluación temprana y mejorando las opciones de tratamiento.
- **Gingifarma:** Servicio para la detección precoz de diabetes y enfermedad periodontal, basado en la interrelación entre ambas patologías.
- **Sumavita:** Plataforma diseñada para la evaluación y abordaje de la fragilidad en pacientes, permitiendo una intervención temprana y personalizada.

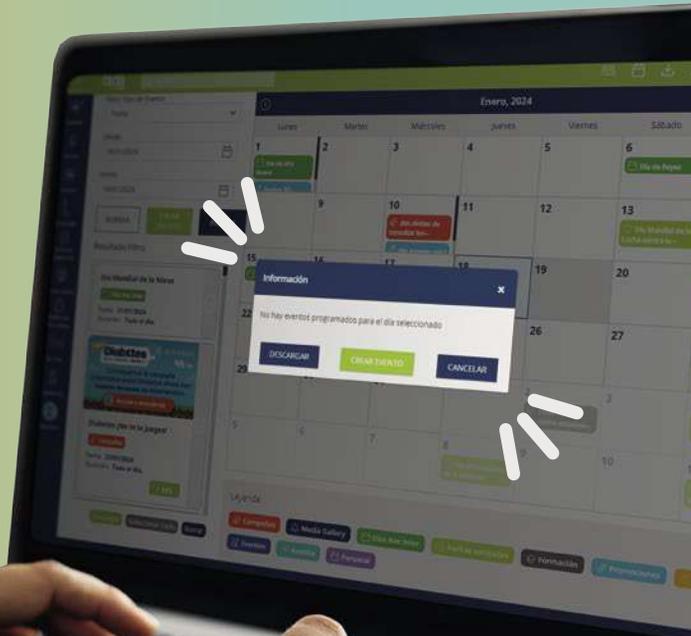
Con un enfoque innovador, **un equipo de expertos** y un abanico de soluciones adaptadas a las necesidades del sector, la cooperativa sigue apostando por un futuro en el que la farmacia trascienda su función tradicional y se convierta en un pilar esencial del bienestar y la prevención de los pacientes.

Con este conjunto de servicios, Bidafarma facilita la gestión diaria de las farmacias e impulsa su transformación digital y asistencial, garantizando un modelo de negocio sostenible y orientado al futuro. La evolución del sector farmacéutico exige soluciones dinámicas y versátiles, y Bidafarma está preparada para liderar este cambio con innovación, calidad y un compromiso inquebrantable con la salud de los pacientes.

“

Bidafarma refuerza el papel asistencial de la farmacia con programas como Prevención es Bida, Telederma para cribado de cáncer de piel, Gingifarma para detección de diabetes y Sumavita para la evaluación de la fragilidad en pacientes, promoviendo la prevención y el bienestar.

¿Has probado ya la funcionalidad del calendario de la web Bidafarma?



¡Personaliza el calendario!

Podrás incorporar tus fechas y recordatorios personales. Toda tu información en un solo lugar.

¿Cómo funciona?

1

Bidafarma > Bidafarma > Calendario Eventos

Filtro Tipo de Evento
Todos

Desde:
28/12/2023

Hasta:
28/12/2024

BORRAR **CREAR EVENTO** BUSCAR

Selecciona "**crear evento**" o **elige la fecha específica** para configurar tus recordatorios.

2

Editar evento

Título: IMPORTANTE HACER PEDIDO A BIDAFARMA

Fecha: Hora

Descripción:
Brevemente

AYUDAR CANCELAR

Incluye detalles como: **título, fecha, hora y una breve descripción.**

3

Una vez completada la información, **haz clic en "aceptar"** y ¡listo!

4

¡Ops! ¿Te has equivocado?

Día 29/12/2023

IMPORTANTE: HACER PEDIDO A BIDAFARMA

Personal

Horario: 13:30-
Fecha: 29/12/2023

Editar Eliminar

DESCARGAR CREAR EVENTO CANCELAR

¡No te preocupes! Una vez creado un evento, tendrás la opción de **editarlo o eliminarlo.**



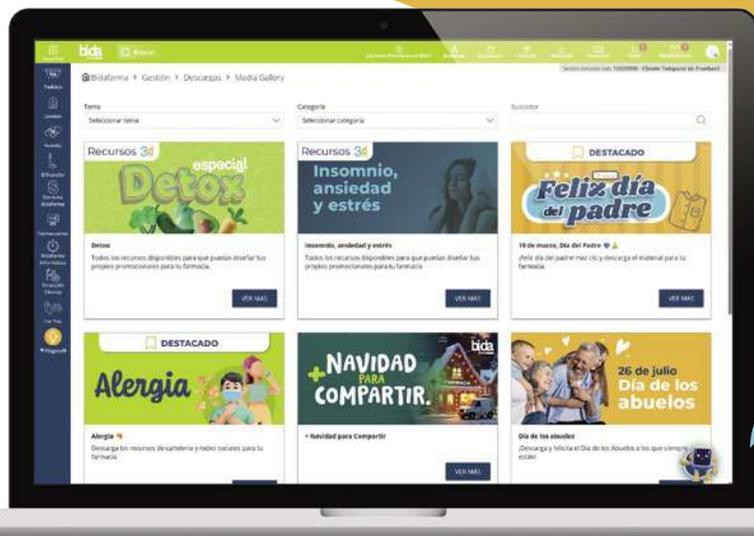
Recuerda **descargar** las fechas importantes directamente en tu dispositivo móvil.

Accede ahora y planifica tu calendario con Bidafarma



Media Gallery Bidafarma:

Un espacio donde encontrar
todos los recursos
para tu farmacia



¿NECESITAS PONER UN CARTEL SOBRE
EL USO DE LA MASCARILLA EN FARMACIA?

¿QUIERES VOLVER A INFORMAR A TUS
PACIENTES SOBRE LA IMPORTANCIA
DE UN BUEN DESCANSO

¿TE SOLICITAN INFORMACIÓN
SOBRE LA PROTECCIÓN SOLAR?

¿VAS A PONER EN MARCHA UNA
PROMOCIÓN SOBRE DÍAS SEÑALADOS?

 **Cartelería**

 **Redes
Sociales**

 **Dípticos**

 **Vídeos**

 **Material
para
pacientes**

 **Vinilos**

 **y otras...**

ESCANEA Y ACCED E A LA
MEDIA GALLERY

