nº10
Edición Andalucía Oriental

bida farmacéutica



XI EDICIÓN EXPO SERVICIOS

Nuestros socios conocen las últimas novedades del sector.

DÍA MUNDIAL DEL FARMACÉUTICO

JUNTO A LA FARMACIA ASISTENCIAL

Participamos en el XI Congreso Nacional de Atención Farmacéutica.

ENTREVISTA A:

Mª Carmen Mijimolle
Vocal Nacional de Ortopedia del CGCOF.

Grupo bida farma



Con Acofar, la familia en buenas manos

En el año 2018 hemos logrado, **TODOS JUNTOS**, conseguir estos éxitos:

√ Líderes en **marca propia** de farmacia.

√ Líderes en **geles**.

√ Segundos en **gasas**.

√ Terceros en **desinfección de pieles y heridas**.

JUNTOS EN MILLONES DE HOGARES



Fuente: HMR. TAM Dic 2018

www.acofar.es

Síguenos en

Atención al cliente 910 762 111/ 937 360 080

acofarma

acofarma distribución, S.A.

Índice

Octubre 2019

1 EDITORIAL página 3

2 EVENTOS páginas 4-16

3 ACTUALIDAD páginas 18-19

4 ENTREVISTA páginas 20-22

5 CON LA FIRMA DE página 23

6 ¿QUÉ PASA EN...? páginas 26-27

7 HABLAMOS DE... páginas 28-29

8 FORMACIÓN páginas 30-31

9 BIDA JOVEN página 33

10 ALGO QUE CONTAR páginas 34-35

11 ASOCIACIONES DE PACIENTES páginas 36-39

12 ENTREVISTA A.. páginas 40-41

13 RSC páginas 42-43

14 ANÁLISIS DE CATEGORÍAS páginas 44-45

15 VETERINARIA páginas 46-47

16 BIDA AGENDA página 48

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

Consejo de redacción
Luis Francisco Ortega Medina,
María de Gádor Villalobos Megías,
María Jesús Oya Amate, Matilde Sánchez Reyes,
Pilar Sánchez-Mohino Arias, Rafael Luis Millán Gómez,
Dolores del Hoyo Velázquez, Ignacio Pérez Ortiz.

Coordinación periodística
Javier Rodríguez Fabre, Ana Zurita Berbel y
Jesús Hernández Albarracín

Diseño y maquetación
Sara Romero Ortega.

Preimpresión, impresión fotomecánica
Gráficas Piquer C/ Al Mediterráneo Nº 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: 2530-7754
Edición Andalucía Occidental: 2530-7746
Edición Andalucía Sur: 2530-7738
Edición Islas Canarias: 2530-7673
Edición Extremadura: 2530-7703
Edición Castilla-La Mancha: 2530-7681
Edición Castilla y León: 2530-769X
Edición Madrid y Norte: 2530-772X
Edición Galicia: 2530-7711
Edición Baleares: 2530-7762

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



EDITORIAL

LA FARMACIA SEGUIRÁ AHÍ

Llegarán el Brexit y sus desastres, seguirán los desabastecimientos y los efectos indeseables de la guerra arancelaria, habrá ocurrencias nuevas que pongan en riesgo el acceso equitativo de los pacientes a medicamentos de calidad. O no. En cualquier caso, la farmacia seguirá ahí, para atender a las personas. Allí estarán, como siempre, los profesionales farmacéuticos. Y Bidafarma, también, apoyando esa labor, como puntal de la necesaria eficiencia económica y del desarrollo asistencial. Pero a los mandos de la farmacia siempre estará el farmacéutico y es su responsabilidad, para llevar a buen puerto su proyecto empresarial y asistencial, saber escuchar.

Tradicionalmente, la farmacia ha estado atenta, muy atenta, a dos voces: la voz de la autoridad reguladora y la voz del mercado. Ahora hay que escuchar también, con la misma atención, a los pacientes. Que son quienes van a estar siempre: los reguladores cambian, los mercados se transmutan, las personas quedan.

Pero escuchar a los pacientes no es solo una actitud: es también un aprendizaje, al que hay que aproximarse desde la humildad intelectual, si se quiere de verdad conquistar las habilidades y asimilar los valores que se encierran en ese nuevo saber; un saber tan imprescindible para la viabilidad y el desarrollo de la farmacia como el conocimiento del regulador (que en buena medida sigue siendo el gran pagador) y de las tendencias del mercado.

El oleaje del cambio social lleva interpelando desde hace algunos años a las instituciones de gobernanza de nuestra sociedad sobre el porqué de las cosas, metiendo presión en el pacto social a través de una intensa reclamación, a veces extrema y descontextualizada, de transparencia y austeridad. Ello ha movido a ese entramado institucional a plantearse, al menos, la necesidad de aprender a escuchar a las nuevas voces que llegan de la calle.

La farmacia también percibe esas voces que demandan de la sociedad atención cualificada; la misma de siempre, quizá, pero encuadrada en otros contextos nuevos, en otros moldes sociales, familiares, culturales. La ventaja de la farmacia respecto a otras instituciones es que, por definición, sus puertas siempre han estado abiertas y a día de hoy, para determinados desarrollos del saber profesional, el penúltimo obstáculo que quedaba, el del mostrador, los farmacéuticos han aprendido, están aprendiendo, a sortearlo, a saberlo utilizar en su adecuado contexto. Y esa ventaja marca la diferencia: las instituciones deben aprender a escuchar para sobrevivir, les va en ello su legitimación social. El farmacéutico, en cambio, debe aprender a escuchar porque ésa es su naturaleza, la de las puertas abiertas para ofrecer certezas y, cuando no las haya, porque la ciencia tiene sus límites, acompañar en la incertidumbre a las personas con las que comparte vida y azares en el corazón de la comunidad.



LA XI EDICIÓN DE EXPO SERVICIOS LLEGA A SANTIAGO DE COMPOSTELA

La ciudad compostelana congregó a más de 300 asistentes en la nueva edición de Expo Servicios celebrada en el Palacio de Congresos.

La XI edición de Expo Servicios se celebró el pasado 19 de septiembre en el Palacio de Congresos de Santiago de Compostela, reuniendo en un mismo espacio a todos los actores que intervienen en la cadena de valor del medicamento: farmacia, industria y distribución.

En esta jornada profesional organizada por Bidafarma, los socios pudieron conocer las últimas novedades del sector a través de un recorrido formado por diferentes stands en el que estuvieron presentes laboratorios, servicios complementarios y servicios propios de la cooperativa.

En representación de la cooperativa, los miembros del Consejo Rector Miguel Reviejo y Santiago Máiz fueron los encargados de dar la bienvenida a los más de 300 asistentes y de inaugurar Expo Servicios Santiago.

De forma complementaria, los asistentes a Expo Servicios pudieron disfrutar de las ponencias que brindaron el director comercial de Concep, Alex Müller, bajo el título: 'Gestión del espacio: desde la botica al espacio de salud'; y la directora académica de Escuela de Farmacia, Carolina Tejera, quien expuso de forma práctica la importancia de las campañas de marketing en el punto de venta.



Miguel Reviejo y Santiago Máiz, miembros del Consejo Rector de Bidafarma, inauguraron esta XI Edición de Expo Servicios.

LOS SOCIOS OPINAN SOBRE EXPO SERVICIOS:

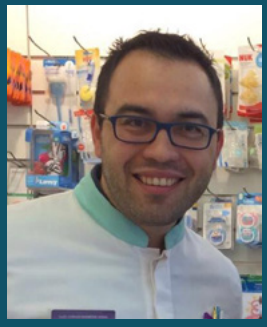
1. ¿Cuál es tu valoración de Expo Servicios Santiago?
2. ¿Qué opinas sobre que Bidafarma reúna e Industria y Farmacia en un mismo espacio?



Francisco Torres.
Farmacia Canpolongo Pontevedra C.B.

1. La valoración es muy positiva, las charlas fueron muy interesantes y creo que es una buena oportunidad para encontrarte también con compañeros.

2. Me parece muy buena oportunidad para conocer las novedades de los laboratorios, además de aprovechar las ofertas durante la jornada.



Luis Maneiro.
Farmacia Peregrina C.B. Pontevedra

1. Mi valoración es positiva porque nos permite ampliar conocimientos sobre las últimas novedades de los laboratorios.

2. Me parece muy importante el contacto directo de la farmacia con la industria y ocasiones como ésta, te permite acceder a laboratorios que por otros medios no conoces.









Laboratorios participantes

LAS SEDES DE MÁLAGA Y HUELVA ABREN LAS PUERTAS A LOS SOCIOS

Celebradas dos nuevas ediciones de Jornadas de Puertas Abiertas Bidafarma para mostrar el "universo de servicios" que ponemos al alcance de todos nuestros socios.

Las Jornadas de Puertas Abiertas son eventos diseñados por Bidafarma **para dar a conocer el amplio catálogo de servicios que la cooperativa pone a disposición de todos sus socios,** facilitándoles su actividad diaria y para fomentar su papel asistencial, con el paciente como eje vertebrador y benefactor final.

En la ciudad de Málaga se celebraron las Jornadas el pasado 19 de septiembre y **congregó a más de 150 socios provenientes de toda la provincia.** De forma complementaria, se presentaron los servicios Laboralfarma, Sensafarma, BidaMK y Salud en Casa. Además, se presentó la IX edición del Programa de Dirección y Gestión de Oficinas de Farmacias en colaboración con San Telmo Business School que se desarrollará en la capital malagueña en los próximos meses.

Así mismo, el pasado 26 de septiembre fue la fecha elegida para celebrar este evento en la ciudad de Huelva. **Los más de 100 asistentes conocieron los servicios y adicionalmente, se desarrollaron ponencias y conferencias** en las que se presentaron los servicios Sensafarma y Salud en Casa. También se informó sobre del plan de calidad implementado por la cooperativa para conseguir la excelencia con sus socios.

Dentro del catálogo de servicios Bidafarma del que pueden beneficiarse los socios, se encuentran servicios de marketing, financieros, profesionales y programas de alta formación, entre los que se encuentran: Avantia, BidaMK, Bida Informática, Canal Bida, Farmacuenta, Farmaseguros, FarmaPremium, Farmascotas, Formación Bidafarma, For You Experience, Laboral Farma, Prevención es Bida, Telederma, Sensafarma y Salud en Casa.

> **Los servicios que Bidafarma ofrece a sus socios facilitan su labor diaria y fomentan su papel asistencial.**



HUELVA



MÁLAGA











Farma seguros · Formación bida farma · farmascotas · Canal bida · bida mk marketing · Salud en CASA En La Farmacia · avantia · laboral farma

sensafarma Tu farmacia en Internet · farmapremium LA MEJOR MANERA DE CUIDARTE · bida informática · fye · Red Ventas Grupo bida · Prevención es bida · Telederma · farma cuenta



LA MAGIA DE SER AVANTIA

Avantia reúne en París a más de 400 asistentes en la celebración de su X Convención

La ciudad de París acogió los pasados 7 y 8 de octubre la X Convención Avantia, el programa de compras y servicios de nuestra cooperativa pensado específicamente para ayudar a las farmacias en su tarea cotidiana de gestión empresarial.

Bajo el lema 'La magia de ser Avantia', más de 400 asistentes se reunieron en la celebración de este encuentro que vino marcado por un intenso programa formativo y de presentación de avances en esta iniciativa diseñada para apoyar a las farmacias en sus esfuerzos por ser eficientes. Matilde Sánchez, secretaria de Bidafarma, e Iñigo Asenjo, gerente de Avantia, fueron los encargados de inaugurar la Convención. Durante su intervención Matilde Sánchez repasó los diez años de historia del servicio, felicitando a las farmacias socias por la evolución, crecimiento y desarrollo de Avantia durante esta década.

En la primera Jornada de la Convención, los asistentes disfrutaron de varias ponencias como la de Armand Pinton, presidente de la cooperativa francesa Sanastera, que contextualizó a los asistentes sobre la situación de la farmacia en el país galo y cómo desarrolla su actividad la cooperativa que preside. También participó el conferenciante Javier Luxor, experto en gestión del pensamiento, persuasión e influencia, que desarrolló su conferencia sobre liderazgo personal. La comunicación fue abordada por el consultor sociosanitario y experto en comunicación en salud, Zacarías Rodríguez, en su confe-

> **La X Convención Avantia sirvió para hacer un repaso retrospectivo de esta década desde su nacimiento.**











rencia **"La comunicación y otros 49 motivos para que compren en tu farmacia".** Y el tenor y conferenciante internacional, **José Manuel Zapata, enseñó a los asistentes a como dar el "do de pecho".**

La exposición de resultados de Avantia y la descripción de los avances previstos ante los farmacéuticos participantes en la Convención corrió a cargo de **Iñigo Asenjo Jiménez.** El día tuvo como broche final una cena de confraternización.

La segunda jornada se desarrolló bajo el formato de charlas **AvanTED,** en las que cada ponente disponía de 15 minutos para hacer llegar su mensaje de una forma directa, concreta y amena. En estas charlas participaron **Miguel Couto,** director de Operaciones de HMR España; **Daniel Torregrosa,** Retail Data Sources Relationships Manager IQVIA; **Jaime Fernández de la Puente-Campano,** cofundador de Guudjob; **Ramón Barrera,** experto en Comunicación y Coach en competencias; y nuestros socios y farmacias Avantia: **Gemma Herrerías, Felipe Martín, Marta Masi, Antonio Llorente** y **María Ferraro.**

Como en ediciones anteriores, la organización de la Convención puso a disposición de los farmacéuticos participantes **en el encuentro y las empresas patrocinadoras del mismo, una zona de "meetings points" y networking,** para facilitar el intercambio de impresiones y el diálogo profesional entre los participantes.

La X Convención Avantia contó con el patrocinio de **Acofarma, Alcon, Almirall, Almirón, Apotheka, Bioderma, BotánicaPharma, Cinfa, Conzientemente, Dentaid, Desma, Farma Renove, Galifarma, Gollmann, Hartmann, HMR+, Indas, InsidePharmacy, IQVIA, Kern, Kreamarket, Microcaya, Mylan, El Naturalista, Nestlé, Normon, Orkla, Perrigo, Pharma Nord, PHB, Puressentiel, Pranarom, P&G, Ratiopharma, Reig Jofre, Sanasur, Sandoz, Stada, Tecnyfarma, Teva, Tricobell, Vemedia y Farmapremium.**



XI Congreso Nacional de ATENCIÓN FARMACÉUTICA CÁDIZ 3/4/5 de Octubre 2019

JUNTO A LA FARMACIA ASISTENCIAL

Bidafarma presente en el XI Congreso Nacional de Atención Farmacéutica celebrado bajo el lema "Farmacia y pacientes: Innovando juntos"

La Fundación Pharmaceutical Care, fundada en 1998, viene promoviendo desde su creación actividades científicas y profesionales sobre Atención Farmacéutica. Bidafarma ha venido respaldando a lo largo del tiempo esta institución, dedicada a potenciar el papel del farmacéutico en la sociedad y su más reciente iniciativa, el XI Congreso Nacional de Atención Farmacéutica celebrado los días 3, 4 y 5 de octubre en Cádiz.

Nuestra cooperativa centró su participación en esta convocatoria científico-profesional en apoyo a las comunicaciones científicas presentadas, habilitando un espacio para realizar **"autopresentaciones"** por parte de los autores, fomentando los resultados en salud y el respaldo a la formación del farmacéutico en el desarrollo de servicios profesionales.

Además, **Bidafarma estuvo presente con un stand** en la zona de exposición del Congreso, **convirtiéndose en un espacio de encuentro por el que pasaron más de 400 profesionales de la farmacia** procedentes de España y varios países latinoamericanos interesados en conocer nuestros servicios.

Así mismo, Francisco José Chacón Ormazabal, vicetesorero de nuestro Consejo Rector, moderó la mesa redonda **"¿Lo hacemos solos? Inteligencia colaborativa"** en la que se abordó, el papel del farmacéutico en cada uno de los niveles del sistema sanitario, la necesidad de las nuevas tecnologías para una mejor y mayor interrelación con el equipo asistencial del paciente, ya que siendo más, **"se multiplica, no solo se suma".**

En esta mesa intervino **Francisco Marín, farmacéutico comunitario de Cádiz y coordinador de la plataforma AxonFarma,** que explicó los beneficios para el paciente de



Francisco José Chacón, vicetesorero de Bidafarma; Francisco Marín, farmacéutico comunitario y coordinador de Axonfarma ®; Raquel Martínez, secretaria del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos; y José Martínez Olmos, profesor de la Escuela Andaluza de Salud Pública, participaron en la mesa redonda "¿Lo hacemos solos? Inteligencia colaborativa" .



esta iniciativa promovida por el Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Farmacéuticos. Esta plataforma permite facilitar la implantación de servicios profesionales farmacéuticos asistenciales en las farmacias andaluzas, posibilitando una medición posterior de los resultados de estos servicios para una vez analizados los resultados, promover la colaboración de los farmacéuticos con el resto de sanitarios del sistema público. La secretaria del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, **Raquel Martínez, expuso Nodofarma Asistencial, plataforma creada por el Consejo General** para realizar una función de interoperabilidad entre las diferentes plataformas que los consejos autonómicos y colegios provinciales han desarrollado **para dar soporte a la prestación de Servicios Profesionales Farmacéuticos Asistenciales (SPFA).** Nodofarma se presentó de forma oficial en Teruel el 28 de octubre donde se llevó a cabo el pilotaje de esta plataforma.

Por último, **José Martínez Olmo, profesor de la Escuela Andaluza de Salud Pública (EASP), centró su intervención en los retos de la farmacia comunitaria.** Para Martínez Olmo, el envejecimiento de la población y la cronicidad deben ser prioridades para asegurar la viabilidad de la farmacia comunitaria, ayudando a la administración y colaborando para que los recursos del Estado sean utilizados de forma eficiente.

De este modo, **Bidafarma apoyó los interesantes debates sobre la comunicación entre todos los niveles asistenciales,** la comunicación hacia el paciente, la ética y responsabilidad del farmacéutico en la sociedad, la necesidad de aunar esfuerzos entre farmacéuticos, pacientes y el resto de profesionales sanitarios para mejorar la calidad asistencial y el papel del farmacéutico en la dispensación y seguimiento de nuevos medicamentos.

Todas estas actividades llevaron a los participantes en el Congreso a constatar, como una de las conclusiones de este encuentro convocado por Pharmaceutical Care, que la intervención del farmacéutico comunitario coordinado con el resto de los profesionales sanitarios y el uso de las nuevas tecnologías **mejora el control de la enfermedad del paciente y permite ahorros en el sistema sanitario.**

> **La intervención del farmacéutico comunitario coordinado con el resto de los profesionales sanitarios y el uso de las nuevas tecnologías mejora el control de la enfermedad del paciente.**



AMPLIANDO HORIZONTES EN ORTOPEDIA

Bidafarma, presente en la Jornada Nacional de Ortopedia.

El pasado 27 de septiembre el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, a través de la Vocalía Nacional de Ortopedia, **celebró la Jornada Profesional de Ortopedia en Madrid.** En este encuentro en el que participamos, se reunieron más de un centenar de profesionales con el objetivo común: servir de punto de encuentro para analizar la categoría de ortopedia en la farmacia

Durante la jornada celebrada bajo el lema **"Ampliando horizontes"** se desarrollaron tres conferencias y cuatro mesas redondas entre las que estaba "La farmacia un modelo de proximidad también en ortopedia", patrocinada por Bidafarma.

> **La distribución acerca las ayudas técnicas a la población independientemente, de su lugar de residencia, a través de las oficinas de farmacia.**

En esta mesa redonda, moderada por **Montserrat Gironés,** Vocal de Ortopedia del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Barcelona, intervino **Concha Ramos,** gerente de Proyectos Sanitarios de Bidafarma, con su ponencia **"Qué aporta la distribución en el modelo de proximidad de ortopedia".** Durante su presentación, Concha Ramos explicó a los asistentes la aportación que realizan los almacenes de distribución, concretamente Bidafarma, a la hora de acercar las ayudas técnicas a la población en general.

Asimismo, Ramos resaltó la capilaridad de las 22.000 farmacias existentes en España frente a las más de 1.200 ortopedias situadas mayormente en núcleos urbanos, lo que hace que las oficinas de farmacia se conviertan en un lugar multiplicador a la hora de acercar las ayudas técnicas a la población en general, independientemente de su lugar de residencia.

Bidafarma además apoyó con un stand su participación en la Jornada, donde los farmacéuticos asistentes pudieron conocer nuestro servicio **Salud en Casa, un servicio que acerca las ayudas técnicas a la vida diaria a través de la farmacia.**

Durante la Jornada **se abordaron las novedades del sector de la ortopedia** así como los nuevos diseños y materiales que tratan de **mejorar la calidad de vida de los pacientes.** Además, se aportaron las claves para mejorar la comunicación de la ortopedia en el mundo 2.0 y **se analizó la nueva Orden ministerial SCB/45/2019,** que permitirá el acceso al producto ortoprotésico en iguales condiciones a todos los pacientes independientemente de la comunidad donde vivan, y en el caso de los de ajuste básico, la farmacia aportará los más de 22.000 establecimientos sanitarios para la dispensación de estos productos, según palabras de **Carmen Mijimolle,** explicó la Vocal Nacional de Ortopedia, durante la inauguración de la Jornada.





BUSCANDO EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA

Bidafarma participa en el VIII Foro de distribución Farmacéutica organizado por Fedifar.

Con el fin de analizar el sector de la distribución farmacéutica y explorar las tendencias del futuro, el pasado 8 de octubre se reunieron los agentes del medicamento en el VIII Foro de la Distribución Farmacéutica, organizado por la Federación de Distribuidores Farmacéuticos (Fedifar). El Foro celebrado bajo el lema `Tendencias que marcarán el futuro del sector´, contó con representantes internacionales de todos los eslabones de la cadena de valor del medicamento: industria farmacéutica, la distribución y la farmacia, para conocer las tendencias e innovaciones, vislumbrar el futuro del sector, y cómo abordar las nuevas demandas de los ciudadanos y administraciones.

El foro inaugurado por Eladio González Miñor, presidente de Fedifar, contó con la intervención de Leif Moll, responsable global de Estrategia del Negocio de Medicina General de Merck, en la ponencia '¿Hacia dónde camina el sector?', vaticinando una integración vertical del sector, la oferta de nuevos servicios y la necesaria colaboración con la industria en proyectos comunes.

> **Todos los agentes del medicamento se reunieron para analizar y abordar el futuro del sector.**



En la mesa debate '¿Qué está pasando en el mundo? Visión de la industria, distribución farmacéutica y la oficina de farmacia', en la que participaron Simon White, presidente del Grupo de Trabajo de la Cadena de Suministro de la Federación Europea de la Industria Farmacéutica (FIP); Bernd Grabner, presidente del Grupo Europeo de la Distribución Farmacéutica; y Lars-Åke Söderlund, presidente de la Sección de Farmacia Comunitaria de la International Pharmaceutical Federation (FIP), se extrajeron conclusiones como aprovechar la oportunidad del Big Data para responder mejor a las expectativas de los pacientes, ofrecer nuevos servicios para adaptarse a la nueva atención sanitaria especializada o cómo la digitalización será clave para el futuro de la farmacia sanitaria.

Por último, el foro cerró con la presentación 'Innovación en el sector sanitario' de Per Troein, vicepresidente de Strategic Partners de IQVIA, que expuso datos sobre el sector y vaticinó un crecimiento global anual ascendente del sector en torno al 4-5%, gracias a los medicamentos innovadores.

ACOMPAÑAMOS AL COF DE GUADALAJARA EN LA CELEBRACIÓN DE SU CENTENARIO

La organización colegial caracense reunió a la farmacia de la provincia en los actos de celebración de los 100 años de su fundación.

Coincidiendo con el Día Mundial del Farmacéutico, el pasado 25 de septiembre el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Guadalajara celebró junto a sus más de 400 colegiados el centenario desde su fundación en la Iglesia de los Remedios de Guadalajara.

Al acto institucional **presidido por Concepción Fernández,** presidenta del Cof de Guadalajara, acudieron representantes de las diversas organizaciones colegiales de la comunidad castellanomanchega como Francisco Izquierdo, presidente del Consejo Autonómico de Colegios Oficiales de Farmacéuticos de Castilla-La Mancha y también presidente del Cof Ciudad Real, y Francisco Javier Jimeno, presidente del Cof Toledo.

Durante el acto, Concepción Fernández hizo balance de la trayectoria del Colegio y planteó los nuevos objetivos **"como el avance en la era digital, para estar más cerca si cabe de nuestros pacientes y que toda la población rural tenga un servicio farmacéutico estable",** homenajeando a aquellos farmacéuticos de zonas rurales donde las farmacias atienden poblaciones con menos de 500 habitantes.

Tras finalizar el acto institucional, **se celebró un homenaje poético-musical en el Palacio del Infantado al poeta León Felipe,** quien fuera farmacéutico en esta provincia.

Por parte de Bidafarma acudieron al acto **Antonio Pérez Ostos,** vicepresidente de Bidafarma; **Santiago Carrasco;** director territorial Norte; **Carmen Granados,** gerente de Bidafarma Madrid; **Miguel Montserrat,** comercial de Bidafarma Madrid y vocal del Cof de Guadalajara; y **Juan Manuel Sánchez,** comercial de Bidafarma Madrid.

> **Concepción Fernández presidenta del Cof de Guadalajara destacó la labor de la farmacia rural en su discurso.**



Miguel Montserrat, comercial de Bidafarma Madrid y vocal del Cof de Guadalajara; Santiago Carrasco; director territorial Norte; Carmen Granados, gerente Bidafarma Madrid; Concepción Fernández; presidenta del Cof Guadalajara; Antonio Pérez Ostos, vicepresidente de Bidafarma; y Juan Manuel Sánchez, comercial de Bidafarma Madrid



Celebración del centenario del Cof Guadalajara en la Iglesia de los Remedios.

EL PAPEL DEL FARMACÉUTICO EN LAS PATOLOGÍAS ORL

Celebrada la III Jornada de Actuación Farmacéutica en ORL reuniendo a más de 150 farmacéuticos de toda España para actualizar conocimientos y compartir experiencias.

Las patologías relacionadas con oídos, nariz y laringe en la farmacia son muy frecuentes, produciéndose alrededor de dos millones de consultas anualmente. Por ello, el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos organizó el pasado 10 de octubre en Madrid, la tercera edición de la Jornada de Actuación Farmacéutica en ORL, en las que Bidafarma estuvo presente como colaborador de las jornadas, acompañando a todos los socios presentes.



La inauguración de la Jornada corrió a cargo de Jesús Aguilar, presidente del Consejo General, y por la Vocal Nacional de Óptica Oftálmica y Acústica Audiométrica, María Isabel de Andrés. Aguilar destacó la importancia de este encuentro que promueve una visión en conjunto entre profesionales y que es un ejemplo de "todo lo que podemos hacer en colaboración con los médicos". Además, insistió en el empeño de los farmacéuticos con citas como esta "por seguir impulsando la actuación farmacéutica, esa Farmacia Asistencial que la sociedad nos está demandando".

> **Este tipo de Jornadas sirven para impulsar esa farmacia asistencial que la sociedad está demandando.**

Durante la jornada se desarrollaron numerosas ponencias donde repasaron los aspectos fundamentales en la indicación farmacéutica en patologías de oído, nariz y laringe, con prestigiosos profesionales del ámbito farmacéutico y de la otorrinolaringología, que debatieron sobre protocolos de derivación al médico y comunicación entre profesionales, ya que existe un consejo farmacéutico de gran valor, que es derivar al médico cuando es necesario.





¿Quién diría que tenemos 100 años?

En Leukoplast hemos renovado nuestra imagen para hacerla más acorde a nuestro espíritu innovador. Porque llevamos mucho cuidando las heridas, acompañando a los profesionales y poniendo las mejores soluciones en sus manos. Más de 100 años pero... ¿quién lo diría?

¡Bienvenidos a la nueva era Leukoplast!

Más información: Pregunta a tu delegado habitual de ESSITY

Atención al profesional **900 12 10 12**

essity

Leukoplast®,
an Essity brand

Leukoplast®

LA PROFESIÓN CELEBRA EL DÍA MUNDIAL DEL FARMACÉUTICO

Como cada 25 de septiembre, Bidafarma se suma a la celebración de este día con un vídeo para reconocer la profesión farmacéutica

Un año más, **Bidafarma, se ha querido sumar a la celebración del Día Mundial del Farmacéutico** a través de la elaboración de un vídeo conmemorativo para su difusión a través de nuestros canales de comunicación. Este año, el vídeo **gira en torno al concepto de mirada asociado a los valores de los profesionales farmacéuticos** y en relación con sus actividades cotidianas en la mejora de la calidad asistencial de los pacientes. Y es que, nuestra mirada condiciona necesariamente la calidad del vínculo con el otro, por lo que hemos tratado de vincular un determinado tipo de mirada con la acción del farmacéutico: miradas cercanas, miradas que sanan, miradas protectoras, miradas que cuidan, miradas agradecidas... En resumen, y como dice el comienzo del vídeo

> **Día tras día los farmacéuticos sanan con sus miradas.**

"Con motivo del Día Mundial del Farmacéutico hemos querido reconocer a los profesionales farmacéuticos que día a día sanan con sus miradas porque hay miradas que están siempre viendo lo que nos pasa, que previenen, que mejoran, que alientan... en definitiva, miradas que dan Bida..."

En España, el 25 de septiembre, farmacéuticos de todas las modalidades (hay 74.043 colegiados) celebran el Día Mundial del Farmacéutico, organizado por la Federación Internacional Farmacéutica (FIP), coincidiendo con su fecha de creación. El objetivo de esta celebración es poner de manifiesto el papel que tienen estos profesionales en la prevención de enfermedades, promoción de la salud y seguimiento de tratamientos. Este año el lema elegido por la FIP para celebrar este día ha sido **"Medicamentos seguros y efectivos para todos"** con el fin de destacar la labor fundamental que desarrollan los farmacéuticos en favor de la seguridad del paciente, promoviendo el buen uso de los medicamentos, así como la efectividad de los mismos, reduciendo errores en la medicación.

Organizaciones de todo el mundo, entre ellas el Consejo General, Colegios de Farmacéuticos, farmacéuticos comunitarios, hospitalarios, de la industria y de la distribución, entre otros, participan cada año en esta celebración para reivindicar el compromiso de la profesión a través de numerosas iniciativas y compartirlas con los pacientes, administraciones y otros profesionales de la salud.

Farmacia
Celia Carrillo Perálvarez

Nos ha encantado la experiencia de poder participar en un día tan importante como es el Día del Farmacéutico y poder recalcar el papel tan importante que hacemos día a día con nuestros pacientes.





Farmacia
Víctor José Heras Cañas

Dicen que “una imagen vale más que mil palabras”, y es que ser farmacéutico no se puede definir con palabras. Las imágenes del vídeo resumen perfectamente nuestra profesión: miradas que cuidan, protegen y curan, miradas cercanas, cómplices, profesionales, y sobre todo, agradecidas. El trato con nuestros pacientes nos enriquece y nos ayuda a seguir mejorando día tras día para devolverles la confianza recibida por ellos.
Gracias por darnos tanto.

GRACIAS A TODOS VOSOTROS



ENTREVISTA A
Mª CARMEN MIJIMOLLE

Vocal Nacional de Ortopedia del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos.

Mª Carmen Mijimolle es licenciada en Farmacia por la Universidad Complutense de Madrid, doctora en Farmacia por Universidad Complutense de Madrid, experta en Ortopedia por la Universidad Alcalá de Henares, diplomada de especialización en Alimentación y Nutrición Aplicada en la Escuela Nacional de Sanidad.

Es titular de oficina de farmacia desde 2008, además de miembro del comité ejecutivo de la Vocalía Nacional de Ortopedia, miembro de la Comisión de Productos Milagro del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, miembro de la Comisión de Parafarmacia y desde 2009, Vocal Nacional de Ortopedia del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos. Además, es profesora del Curso de Experto en Ortopedia de la Universidad de Alcalá de Henares.

Desde 2009 es Vocal Nacional de Ortopedia, ¿por qué se decantó por la categoría de Ortopedia dentro de la farmacia?

En mi caso era muy fácil, pues desde que era pequeña la ortopedia ha formado parte de mi vida. Mis padres han trabajado esta categoría desde los años 70. Tenemos niñas que ahora ya son madres a las que hemos visto como les ha cambiado la vida tras ponerles un corsé, o pacientes amputados que cuando se les ha puesto una prótesis y no tenían que utilizar muletas se les saltaban las lágrimas

¿Qué balance hace de estos 10 años?

Las patologías son las mismas, pero es cierto que en los últimos años ha resurgido el culto al cuerpo lo que ha hecho que se trabaje mucho más el mundo deportivo tanto para prevenir lesiones como para tratarlas.

Teniendo en cuenta que en España existen más de 22.000 farmacias frente a las más de 1.200 ortopedias, ¿qué aporta la farmacia a las ayudas técnicas? ¿Y al paciente?

El farmacéutico es el profesional sanitario más accesible para la población. Conoce las patologías de sus pacientes y les puede dar información sobre las diferentes ayudas técnicas que existen en el mercado, a él, a su cuidador, o a sus familiares. Eso no quiere decir que después lo tenga que llevar pero es importante que el paciente conozca y pueda tomar la decisión. De hecho, las encuestan dicen que 1 de cada 5 pacientes no dispone de ayudas técnicas, pero porque en muchas ocasiones desconocen que existen.

Tras la celebración de la Jornada Nacional de Ortopedia el pasado 27 de septiembre, ¿podemos decir que la farmacia está interesada en esta categoría? ¿Está consolidada?

El farmacéutico es un sanitario inquieto y el mundo de la ortopedia cada vez le interesa más. Hoy en día es un ámbito de actuación fundamental, que además está en auge. La permanente innovación de productos en el ámbito de la ortopedia hace necesario que los farmacéuticos tengamos una formación continua para poder ofrecer a

> **“El farmacéutico es el profesional más cercano al paciente que puede informar sobre las diferentes ayudas técnicas existentes en el mercado.**

los ciudadanos soluciones que se ajusten a sus necesidades. Es un ámbito de actuación profesional de gran importancia tanto desde el punto de vista sanitario, social y laboral, puesto que palía necesidades de personas con discapacidad o que requieren una recuperación funcional.

¿Qué retos quedan aún para su consolidación?

Es fundamental que el farmacéutico siga formándose para dar una dispensación de calidad al usuario.

También en la Jornada, se abordó la nueva Orden Ministerial SCB/45/2019, ¿cómo afecta a las oficinas de farmacia?

Esta orden ministerial lo que hace es actualizar el catálogo de prestación ortoprotésica. Tenemos que tener en cuenta que había muchas comunidades autónomas que continuaban trabajando con el antiguo catálogo del Insalud donde el precio venía todavía en pesetas. Además se trata de un catálogo común para todo el Estado aunque luego podrán hacer mejoras desde las comunidades autónomas.

> **La distribución farmacéutica es un gran aliado para la farmacia en la categoría de ortopedia.**

Bajo su punto de vista, ¿cómo contribuye la distribución a esta categoría?

La ventaja que tenemos con nuestra distribución es que permite que nos puedan traer un producto con una gran rapidez, lo que también ayuda a no cargarnos de un stock excesivo, tenemos que tener en cuenta que en ocasiones estamos hablando de productos con poca rotación.

La distribución puede ser una gran aliada para la farmacia en esta materia. En muchas ocasiones en el mundo de la ortopedia el principal problema es la rotación. Por eso es muy importante la distribución, ya que nos permite que tengamos el producto sin tener que gestionar un gran stock y que el farmacéutico pueda acceder a estos productos en poco tiempo.

En los últimos años estamos viviendo un avance en cuanto diseño, materiales y fabricación de productos ortoprotésicos, ¿veremos en un futuro impresoras 3d en las oficinas de farmacias?

No, esto no lo veremos nunca. Las oficinas de farmacia no podrán tener una impresora 3D. Serán solo las farmacias que son ortopedia, porque realizarán un producto a medida según las indicaciones de un especialista. Por tanto, siempre tendrá que el farmacéutico tener la titulación correspondiente y estar dado de alta como adaptación o fabricación a medida en su comunidad autónoma y cumplir las exigencias de la normativa vigente.





LA FARMACIA RURAL "CAMINA"



Por el Dr. Bartolomé Beltrán

La farmacia rural se encuentra desde hace años en una encrucijada. Hay que remontarnos a los años 50 para conocer este problema que coincide con el inicio de la despoblación de muchos pueblos del litoral español.

Y es que tal y como explica el informe **"Pérdida de Servicios en el Medio Rural" elaborado por la Sociedad Española de Farmacia Rural (SEFAR)** la pérdida de población ha traído consigo la progresiva desaparición de servicios básicos en ámbitos como el social, el sanitario o el educativo.

Al fenómeno de la despoblación hay que sumarle el envejecimiento de la población, que muestra relación directa con la falta de población y es un factor a tener en cuenta en el ámbito de la farmacia rural.

Son interesantes las conclusiones que se hacen en el informe de SEFAR **para entender el problema del medio rural unido a la despoblación.** Con una evolución demográfica negativa, la baja densidad de población y alta tasa de envejecimiento, el elevado grado de masculinización y un alto porcentaje de población activa agraria forman un conjunto de condicionantes que dificultan su desarrollo, incidiendo negativamente en el acceso a servicios básicos. **Esto conlleva que los habitantes del medio rural carezcan de una igualdad de oportunidades respecto a sus homólogos urbanos.** En otras palabras: si no hay habitantes, no hay servicios, y si no hay servicios, los habitantes disponen de menos alicientes para quedarse. Y uno de los servicios de los que se están prescindiendo que son esenciales en el ámbito sanitario son las farmacias rurales.

Según explicó el presidente de los farmacéuticos, **Jesús Aguilar, hay que aprovechar las 5.300 farmacias del ámbito rural para garantizar la atención sanitaria integral en los núcleos amenazados por la despoblación de esa España vacía,** con una adecuada ordenación sanitaria sostenible y de alto valor social y sanitario. Así lo aseguró durante el Foro Salud, organizado por Nueva Economía Fórum y el impulso de Bidafarma, como una de las medidas importantes para contribuir a la mejora social y sanitaria.

Con el objetivo de visibilizar la función sanitaria y social de la farmacias rurales se acaba de lanzar **"Aristo Camina". Se trata de una iniciativa solidaria promovida por la ONG Farmacéuticos sin Fronteras,** Aristo Pharma, el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF) y SEFAR. A través de las donaciones obtenidas **se equipará con medicamentos y servicios un centro médico en Kenia.**

En anteriores ediciones se recorrió el Camino de Santiago en 2016, el Camino de Caravaca en 2017 y el Camino Real en 2018. Este año se completará el recorrido entre Guadalupe y el santuario de la Virgen de la Montaña en Cáceres, **visitando y animando a unirse a las farmacias del camino.**

Jesús Aguilar quiso manifestar su apoyo a esta iniciativa **"para dar visibilidad a la gran labor sanitaria y social que ofrecen las farmacias y los farmacéuticos rurales que hay por todo el país, en muchas ocasiones únicos profesionales que prestan servicio sanitario en la España vaciada".** Es lo que hay. Seguro.

ANUNCIADO en TV

TENA® Silhouette

NUEVO Silhouette

ROPA INTERIOR PARA INCONTINENCIA

LUCE COMO LA ROPA INTERIOR, PROTEGE COMO TENA PANTS



SU ESTILO, SU ELECCIÓN

CINTURA BAJA



BLANCO
M CN.162372
L CN.162373



NEGRO
M CN.194280
L CN.194281



CINTURA ALTA



CREMA
M CN.187307
L CN.187308



NEGRO
M CN.194283
L CN.194284



TALLA ES: M: 38 – 46 · L: 46 – 56

Cumple con la normativa de productos sanitarios.





Grupo bida farma

EDICIÓN ANDALUCÍA ORIENTAL





SUMARIO

BODAS DE PLATA EN BIDAFARMA JAÉN

BIDAFARMA SOLIDARIA
Bidafarma Jaén recibe distintos reconocimientos por su labor de formación solidaria

COLABORACIÓN CON LA IV MEDIA MARATÓN EKIDEN POR EQUIPOS "AUNANDO VOLUNTADES"

XVI JORNADAS INTERNACIONALES DE ACTUALIZACIÓN EN VACUNAS EN ALMERÍA

VISITAS
Bidafarma Almería recibió al Delegado de Salud y Familias de la Junta de Andalucía en Almería, Juan de la Cruz Belmonte Mena

TORNEO DE PÁDEL EN BIDAFARMA GRANADA

BODAS DE PLATA

EN BIDAFARMA JAÉN

Nuestra gerente, Marta Valdés, hizo entrega de las insignias de plata a los compañeros de Bidafarma Jaén que cumplen 25 años de dedicación laboral a la empresa y que no pudieron asistir a la Asamblea General celebrada en Málaga.

En este caso, los homenajeados son: María del Rosario Cascajosa, encargada de transfer y atención al socio en call center: Paloma Casillas, de atención al socio en pedidos, despacho de pedidos y actualmente del departamento de atención al socio en call center: Francisco Carrasco, de despacho de almacén y actualmente del departamento de devoluciones e Ignacio Lara, de gestión de almacén. Todos ellos recibieron la insignia con mucha ilusión.



Entrega de la Insignia de Plata a Ignacio Lara.


Entrega de la Insignia de Plata a María del Rosario Cascajosa.


Entrega de la Insignia de Plata a Paloma Casillas.


Entrega de la Insignia de Plata a Francisco Carrasco.

bida farma solidaria



La presidenta de FEJIDIF (Federación Provincial de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de Jaén), Pilar Martínez López, junto a Elena Fernández, entregan el reconocimiento.

Bidafarma Jaén recibió el pasado mes de Julio un reconocimiento por la acción formativa de integración social, que se realiza en nuestro almacén. Una iniciativa gracias a la que se han incorporado cuatro personas discapacitadas para cubrir vacantes de verano y dos más con contrato de un año. En esta misma acción formativa también hemos colaborado con Cruz Roja contratando a dos personas para las vacaciones de verano.

Desde las diferentes asociaciones colaboradoras nos informan que Bidafarma Jaén es un apoyo muy importante en estas acciones de integración social, en una ciudad donde las oportunidades de trabajo son muy escasas y sobre todo para estos colectivos.

También, recibieron diplomas todos los alumnos, por las prácticas realizadas en Bidafarma Jaén, de la mano de las diferentes entidades colaboradoras.

Hizo entrega de los mismos, la directora técnica de Bidafarma Jaén, Elena Fernández, acompañada de los representantes del centro Juan Bosco y la presidenta de la asociación FEJIDIF.

Nos sentimos muy orgullosos y seguiremos realizando este tipo de acciones tan interesantes para nuestra sociedad.



La directora técnica Elena Fernández hace entrega de los diplomas en presencia de la presidenta de FEJIDIF.



Elena Fernández, directora técnica de Bidafarma Jaén, entrega el diploma.

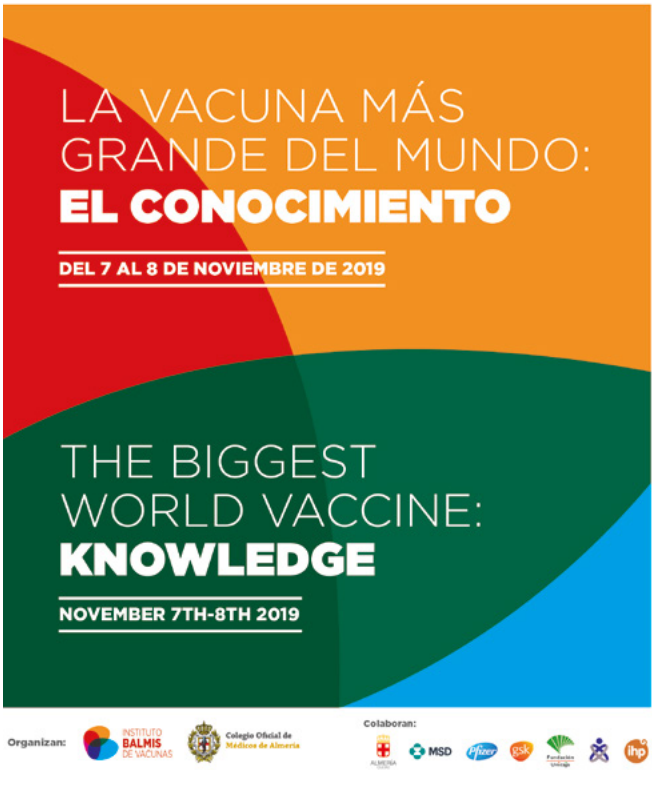
BIDAFARMA COLABORA CON LA IV MEDIA MARATÓN EKIDEN POR EQUIPOS



Una vez más Bidafarma Jaén ha colaborado y participado en la IV Media Maratón Ekiden por equipos "Aunando Voluntades" celebrada el 29 de septiembre en Jaén.

El objetivo principal de la carrera no es otro que hacer visible y concienciar a la sociedad jiennense sobre estas enfermedades crónicas: esclerosis múltiple y fibromialgia, y recaudar fondos para continuar con los programas terapéuticos y de investigación sobre estas patologías, haciendo que alrededor de 1.500 personas entre participantes, afectados, familiares y amigos de las asociaciones compartan un día de convivencia lleno de actividades deportivas.

Las asociaciones de AFIXA de fibromialgia Y AJDEM de esclerosis múltiples nos demostraron su satisfacción por la disposición y la voluntad que hemos puesto en apoyar este proyecto.





BIDAFARMA ALMERÍA

RECIBIÓ AL DELEGADO DE SALUD Y FAMILIAS DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN ALMERÍA



De izquierda a derecha: José Antonio Rivas, gerente Bidafarma Almería y director territorial de zona oriental de Andalucía; Mª de Gádor Villalobos, consejera de Bidafarma; Juan de la Cruz Belmonte, Delegado de Salud y Familias de Almería; Pedro López, jefe de servicio de planificación y evaluación asistencial de la delegación de salud de Almería; Aurora Ortiz, directora técnica de Bidafarma Almería; Carmen García, inspectora de farmacia de Almería y Jose Amalio de Aynat, consejero de Bidafarma.

El pasado mes de julio tuvimos la oportunidad de recibir en nuestras instalaciones de Bidafarma Almería al delegado de Salud y Familias de la Junta de Andalucía en Almería, Juan de la Cruz Belmonte Mena, al jefe de servicio de planificación y evaluación asistencial, Pedro López Pastor y la inspectora farmacéutica, Carmen García Ramírez.

Durante la visita, guiada por Mª de Gádor Villalobos Megía y José Amalio de Aynat Bañón, miembros de Consejo Rector de Bidafarma, José Antonio Rivas, gerente de Bidafarma Almería y director territorial de Andalucía Oriental y por su directora técnica, Aurora Ortiz Gómez, pudimos poner de manifiesto nuestras inquietudes y necesidades como empresa de distribución de medicamentos y como farmacéuticos comunitarios.

Queremos agradecer desde estas líneas a Juan de la Cruz Belmonte, a Pedro López y a Carmen García su buena disposición y cercanía para ayudarnos en nuestras peticiones y para resolvernos todas las dudas que les planteamos.

EL NUEVO PARADIGMA Y LA MATERIALIZACIÓN DEL CAMBIO BUSCADO

Hace un año y medio, la Farmacia Gregorio Marañón (Almería) afrontaba un traspaso de titularidad en favor de Luís Bermejo, hijo de su predecesora al frente del negocio familiar, que llegaba con la misma ilusión de aquella por ofrecer el mejor servicio sanitario a sus pacientes a la vez que el espíritu por desarrollar un nuevo concepto de farmacia, mucho más atractivo para el público por adecuarse mejor a sus necesidades actuales, y mucho más rentable desde el punto de vista económico.

También era esencial hallar el modo de integrar nuevas estrategias para defender el formato de negocio farmacéutico ante la fuerte competencia proveniente de empresas online o las grandes superficies, que basan el atractivo de su oferta de consumo al cliente en los bajos precios y una mayor comodidad para comprar. Argumentos difícilmente rebatibles desde un modelo de farmacia tradicional.

Cargada de buenas intenciones, y tras indagar sobre la mejor forma para desarrollar y materializar sus inquietudes, la farmacia optó por llamar a su cooperativa y contactar con BidaMarketing, con el fin de conocer cuáles deberían ser los pasos a seguir para lograr ese nuevo concepto innovador que pudiera dar un salto cualitativo a su negocio.

La primera etapa del proceso fue afrontar la remodelación integral de la farmacia, tomando como referencia el trabajo de análisis previo realizado a través de una auditoría necesaria, o dicho de otro modo, un estudio integral personalizado sobre qué y cómo mejorar todos aquellos aspectos que afectan directa o indirectamente al crecimiento del número de clientes y la fidelización de estos.

La transformación física de la farmacia, amparada en tesis de marketing actuales extrapoladas de una larga experiencia de éxito en otros sectores ajenos al farmacéutico, supuso la creación de un nuevo espacio de venta mucho más atractivo y fuertemente orientado al posicionamiento de la marca propia, preparando las bases para poder desarrollar un nuevo modelo de negocio que fundamenta su venta libre en ofrecer una experiencia de compra al cliente realmente diferencial.

Creada la escenografía apropiada, el servicio de consultoría estableció con la farmacia una segunda etapa de desarrollo siguiendo una doble estrategia. Por una parte, el análisis externo o estudio del mercado situado en su área de influencia, con la finalidad de concluir la forma óptima de configurar los atributos de la farmacia (surtido ideal, servicios, política de comunicación, imagen, horario, etc). Por otra parte, el análisis interno, detectando las capacidades y oportunidades de mejora del personal (tales como la atención al cliente o la formación especializada por categorías), y especialmente, el análisis e interpretación de los indicadores de ventas, con la finalidad reducir el coste de la mercancía vendida (CMV) y aumentar el beneficio neto anual en la cuenta de resultados de la farmacia.

Como resultado del trabajo conjunto de la farmacia con BidaMarketing, sus ventas han crecido notablemente, consolidándose en los últimos ocho meses. Actualmente, ya se están asentando las bases para un crecimiento mayor y que asegure la sostenibilidad de la farmacia en los próximos años, considerando que en el contexto actual, el mercado es mucho más cambiante que aquél de sólo algunos años atrás.

EL SOCIO OPINA



Luis Bermejo Fernández acompañado de Rogelio Madroñal, consultor de BidaMK

Me habían hablado del servicio que ofrecía BidaMarketing. Era consciente del cambio que había dado en los últimos tiempos la oficina de farmacia y la necesidad de adaptación que requería la mía propia, así que decidí acudir a ellos, conocí a mi asesor y desde el principio hemos emprendido un proyecto con mucha ilusión.

A día de hoy puedo decir que estoy muy satisfecho tanto a nivel profesional como personal, y agradezco muchísimo su grado de implicación.

Quiero mostrarles mi agradecimiento y mi deseo de seguir trabajando juntos en el futuro.

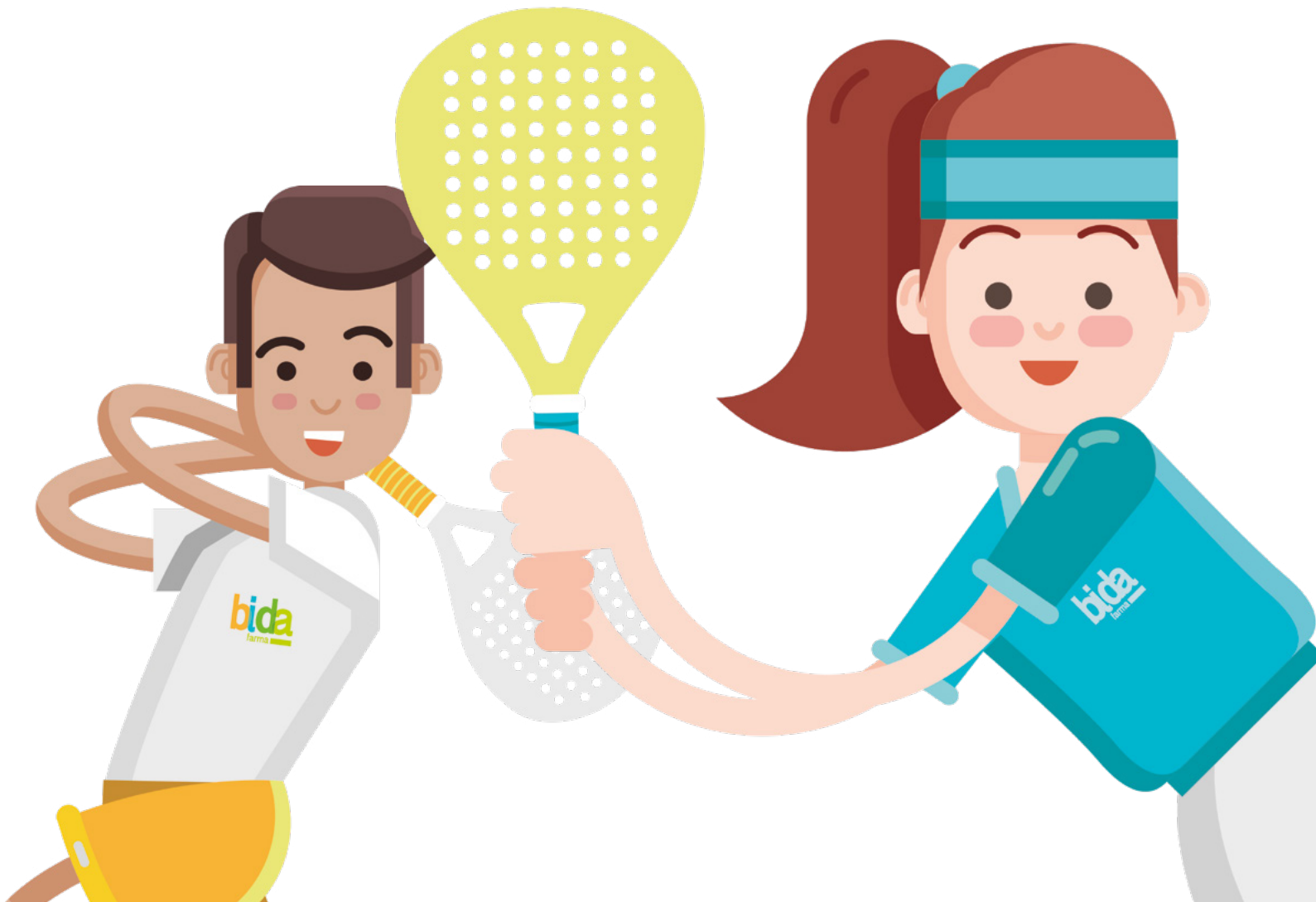
PADELEANDO Y LA TORTA DE LA VIRGEN POR TESTIGO

Con las pilas cargadas y exhibiendo moreno, la vuelta al cole ha comenzado. Para poder estrenar los nuevos atavíos adquiridos, las temperaturas ayudan descendiendo drásticamente. El veranillo de San Miguel se convierte en los últimos días estivales donde mencionar el calor sofocante sin acordarnos de la chaquetilla del por si acaso.

Después de una semana con la "torta de la Virgen" como protagonista de las meriendas y el equipo de fútbol del Granada en los primeros puestos de la liga, este sábado se ha celebrado el X Torneo de Pádel con socios en Granada. Evento instaurado por estas fechas para compartir un día al aire libre con socios, representantes de laboratorios y compañeros y ya de paso intentar... ¡GANAR!

Como el trofeo era solo para las parejas ganadoras, el resto de participantes y organizadores, pasaron un rato agradable poniendo en práctica el curso recién acabado de "empatizar con el socio". La guinda del pastel llegó con una tarta de treintañero para José Ramón Molina...

¡Felicidades compañero!




Wilson


Wilson




3
DEPORTES














CERVEZAS ALHAMBRA








bida
farma
Granada
Torneo pádel
bida
farma
Granada












Torneo pádel
bida
farma
Granada


Torneo pádel
bida
farma
Granada
Bullpadel




Torneo pádel
bida
farma
Granada




STAY
GOLD
ALL DAY

Grupo

bida

farma

EDICIÓN ANDALUCÍA ORIENTAL





VICKS

VapoRub

PRUEBA EL
PODER DE VAPORUB
EN INHALACIONES



VapoRub 100g
C.N. 720601.9

Ahora tu VapoRub de siempre también en **FORMATO DE 100g**

¿QUÉ PASA EN NUESTRAS FARMACIAS?

Nuestros socios responden:

1. **¿Qué cosas positivas encuentras en tu trabajo?**
2. **¿Qué es lo que menos te agrada en la farmacia?**
3. **¿Qué crees que no ha cambiado en la farmacia desde que la abriste?**

Lourdes Blesa Portillo

Farmacia Blesa Sánchez. Baza (Granada)



1. El mejor momento del día es cuando observo la satisfacción en la sonrisa de mis clientes que agradecen mis consejos.

2. El peor momento del día es cuando vienen muchísimas cubetas de Bidafarma que recepcionar y me da muchísima pereza.

3. En mi día a día no han cambiado las ganas de seguir formándome para estar actualizada en los últimos avances y dar el mejor consejo farmacéutico.

Lda. Myriam Rodríguez Diez

Santa Cruz de Tenerife



1. Sobre todo el trato con el cliente. Me gusta que me cuenten sus problemas de salud y poderles ayudar en todo lo que tenga que ver con el medicamento como dosificación, hora, interacciones con otros medicamentos... porque a veces cuando van al médico se ponen un poco nerviosos y no prestan suficiente atención.

2. Algunas personas que no tienen a alguien a quien contarle sus problemas y muchas veces vienen a la farmacia a desahogarse sin darse cuenta que nosotros tenemos trabajo que se va acumulando y otros clientes que necesitan atención.

3. La mentalidad que tiene el cliente de pensar que en la farmacia todo es gratis. Muchas cosas han salido de la financiación como por ejemplo los antitusivos y ellos siguen protestando porque la Seguridad Social no les financia esa medicación. Muchas veces cuesta que entiendan y acepten que deben pagar por ellos



Farmacia Eduardo Corrales

Ronda (Málaga)

1. El Farmacéutico es un profesional que siente ilusión por ayudar en el bienestar de sus pacientes perseverando diariamente en la atención farmacéutica. Además, estamos viviendo un proceso de digitalización. Personalmente soy cofundador de una app llamada Balanceat, en la cual la farmacia ofrece servicios de dietas personalizadas en pacientes diabéticos, hipercolesterolémicos, deportistas y obesos.

2. Que la administración y algunos agentes sanitarios son reacios a que la farmacia contribuya de manera nítida y prominente en asuntos tales como la asistencia farmacéutica domiciliaria o la participación coordinada de diferentes planes de salud.

3. Uno de los problemas que debemos afrontar en el quehacer diario de nuestras farmacias son los habituales desabastecimientos y constantes bajadas de precios. También sobrellevamos la reticencia de algunos pacientes a la sustitución de su medicación habitual



Lda. Juana María Santana Pages

Santa Cruz de Tenerife

1. Lo mejor de mi día a día y mi profesión para mi, es el trato con la gente, el consejo farmacéutico y poder ayudar todo lo que podamos al paciente. El contacto, la química y la empatía que practicamos día a día tras el mostrador.

2. Como en todo negocio, existe un grado de incertidumbre que creo que es menos controlable en el caso de la oficina de farmacia, pues estamos sometidos a muchísima legislación y un actual entorno político inestable.



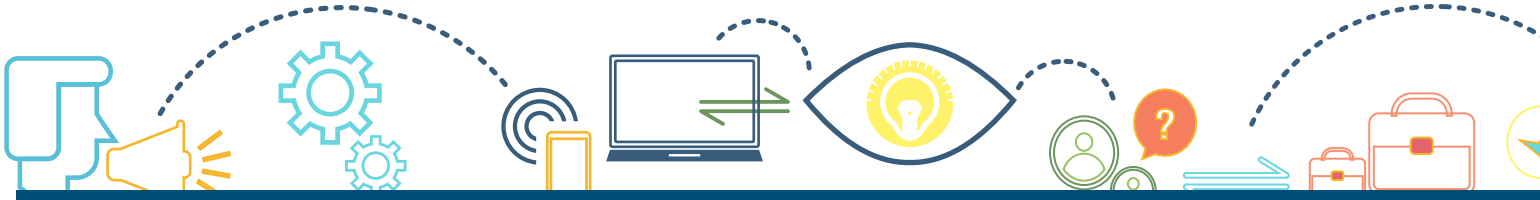
Farmacia Elena Camacho Salas

Madrid

1. Mi trabajo me encanta, me hace feliz. La farmacia anteriormente era de mi madre, yo he venido de visita desde que era pequeña. Además, al ser una farmacia de barrio, la mayor parte de la clientela es fija, tenemos muchas familias de las que conocemos hasta 3 e incluso en algún caso 4 generaciones.

2. En ocasiones algún paciente no entiende que su medicación aún no está disponible y que nosotras no podemos hacer nada al respecto. También las constantes bajadas en los precios de los medicamentos.

3. Creo que no ha cambiado la percepción del farmacéutico como un profesional sanitario cercano, disponible casi de inmediato sin necesidad de pedir cita y que puede ser la primera referencia para pedir un consejo de salud. La gente confía en su farmacia, eso se mantiene a lo largo del tiempo; nos da mucha satisfacción pensar que es así.



¡MARKETING EN LA FARMACIA!

"No podemos competir en precio. Tampoco podemos competir en calidad, consejo o servicio.

Esto no conduce al fraude, que es lo que yo llamo marketing."

Dilbert's Boss



Esta historieta, aunque sea una pequeña "broma" ilustra muy bien lo que muchos profesionales de la oficina de farmacia opinan sobre el marketing. **¿Para qué necesitamos marketing si tenemos un buen producto, un equipo de profesionales capaz de asesorar con precisión a nuestros clientes y el precio es el que es?**

Las respuestas que podemos dar son muchas. En primer lugar, felicitarte porque si opinas eso, es que ya estás haciendo marketing. Pero no queremos que te conformes con ese planteamiento. La oficina de farmacia es un establecimiento que puede ofrecer un servicio muy amplio a sus clientes en el cuidado de la salud y el bienestar. Estos clientes pueden venir una o cien veces a su farmacia. El marketing debe ayudarle a crear una relación con sus clientes de manera que Ud. sea la opción elegida para las decisiones de compra de todo lo que se refiera a salud y cuidado personal. A esto es a lo que debería ayudarle el marketing, y se trata de un gran reto.

Abandonemos por lo tanto algunas ideas confusas y erróneas sobre el marketing. ¿Verdadero o falso?:

- El marketing son solo ventas.

Falso: El marketing incluye la venta, pero su objetivo es más amplio. La venta es una decisión puntual, y el marketing trata de que promuevas una relación de confianza y lealtad entre tú y tus clientes.

- El marketing es una forma de hacer que la gente compre cosas que no necesita y/o no pueden afrontar.

Falso: si pones tu empeño en vender a tus clientes cosas que no necesitan y/o no pueden afrontar, no haces marketing, haces algo muy peligroso. Tus clientes no volverán. Tú y yo haríamos lo mismo.

- El marketing es para otros, a mí no me hace falta, el cliente siempre viene pues necesita Medicamentos.

Falso: si bien es cierto que una parte importante de los clientes que acuden a la farmacia lo hacen con una motivación concreta y decidida fuera de la farmacia: comprar un medicamento; también lo es que muchos de los medicamentos pueden complementarse de manera satisfactoria con otros productos, y que muchos clientes, pueden encontrar en la farmacia sugerencias atractivas de productos para el bienestar personal, en los que no habían reparado.

La oficina de farmacia se encuentra actualmente en un momento de especial interés desde el punto de vista de la gestión de empresa. Hoy ya nadie pone en duda la necesidad de adaptar el negocio de farmacia a nuevos métodos de gestión que sean capaces de hacernos competitivos en un mercado cada vez más abierto –productos de parafarmacia–, pero además más eficiente a la hora de optimizar los recursos propios y externos, de manera que permiten a la Oficina de Farmacia un desarrollo a nivel empresarial como nuestro cliente y entorno nos exige.

Así pues, pensemos en la Oficina de Farmacia como una empresa y dispongámonos a desarrollarla como tal, empleando las herramientas al servicio de otras empresas. Esto puede suponernos un cambio de mentalidad, pero es importante no perder de vista que la farmacia sigue desempeñando un papel esencial en la cadena sanitaria. La cuestión estriba en que ahora, además, tiene la posibilidad de desarrollar otra parte de su potencial y mejorar con ello su desempeño (beneficio), y todo ello aprovechando la sinergia entre el fármaco y la gestión de la parafarmacia.



Carolina Tejera
Especialista de Marketing en las Farmacias

• LA HERRAMIENTA CLAVE EN ESTA TRANSFORMACIÓN ES EL MARKETING.

Pero... ¿Qué es el marketing?

El marketing es una forma de entender las relaciones que se producen en el intercambio de bienes y servicios entre dos o más partes. En esta definición aparecen claramente dos interpretaciones, una concepción filosófica y otra técnica.

Marketing como filosofía

Se trata de una forma de concebir las relaciones de intercambio que tiene por objeto la satisfacción de las necesidades y deseos de los consumidores. Se busca, por tanto, encontrar una situación de equilibrio en que se vean satisfechas las demandas de los compradores y los intereses de los vendedores.

Marketing como técnica

Es el conjunto de técnicas que permiten analizar, generar y facilitar las relaciones de intercambio de bienes y servicios entre compradores y vendedores, con el objeto de satisfacer las necesidades de ambas partes.

Existen innumerables definiciones del marketing: "Es el proceso social por el que los individuos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación y el intercambio de productos y valores" (Ph. Kotler, 97), pero lo esencial en este momento es que comprendamos las claves: que el marketing es un proceso de intercambio entre empresas (la oficina de farmacia) e individuos (los clientes), y que dicho intercambio tiene que generar valor para ambas partes. Esto es importante y significa que el cliente debe obtener valor con su compra: por el producto que adquiere, por el conocimiento, por hallar una solución a un problema..., pero también la farmacia debe obtener valor con ese intercambio a través de la información que obtiene del cliente, la venta...



Verónica Toniolli
Gerente de Marketing Bidafarma

EL MARKETING NO HACE MAL A LA PROFESIÓN

No. Definitivamente no. El marketing no te hace peor profesional de la farmacia (ni de nada). Pero ojo... *¿Tenemos claro que es hacer marketing?* Un ejemplo: Te gusta subir tus stories a Instagram, tienes habilidad con la creación de contenido, y te inventas unos hashtags bastante curiosos. Pues bien, eso solo no es marketing... Estas utilizando una de las tantas herramientas de las que dispones en el marketing para trabajar. Una de las tantas, que, muchas veces utilizada en forma aislada, no nos ofrece el resultado que imaginábamos obtener. Si realmente quieres hacer marketing, debes mirar con más perspectiva. El marketing no siempre es tan espectacular como tenemos la fantasía de que es. Sino que, en la mayoría de los casos, es un trabajo que comienza desde lo más analítico, y que se encamina en un todo que tratará de resolver una situación determinada (falta de clientes, bajada de ventas, poca afluencia en determinados horarios, poca rotación de una categoría, sobre stocks no deseados, etc.). Según lo que necesite, planificaré una acción u otra, y sin duda, será un mix de diferentes herramientas.

A pocos farmacéuticos y farmacéuticas les gusta hacer marketing en la farmacia, porque éste requiere de cambios continuos, nos obliga a replantearnos las cosas, y nos obliga a hacer esfuerzos. Pero es una cuestión de supervivencia en cualquier ámbito, por lo que la farmacia no iba a ser una excepción.

Como referencia, si queremos entender la importancia que tiene y tendrá utilizar el marketing como herramienta de generación de beneficios en el punto de venta, podemos echar un vistazo a una serie de informes que la consultora PwC ha editado, en los que analiza el pasado, el futuro y el presente del sector, apuntando las tendencias de marketing en la industria farmacéutica más importantes, y que, por tanto, afectan y afectarán en forma directa a la farmacia.

Según estos informes, los cambios en el sector estarán dados por algunas tendencias macro a nivel internacional: El volumen de pacientes crónicos va en aumento; las opciones de prescripción por parte de médicos estarán cada vez más acotadas por las autoridades; el pago por rendimiento está en aumento; los mercados del mundo donde es probable que la demanda de medicamentos crezca, son muy poco estables; los gobiernos comienzan a centrarse en la prevención; etc.

Todo esto, afectará la forma de trabajar en la farmacia, y las opciones de las que ésta dispone para afrontar un nuevo escenario. Por tanto, se ha vuelto un "Must Have" el conocer a tu paciente/cliente. Y de la mano de la distribución, que aporta infinidad de herramientas para ello, atender a estos cambios y al futuro más que inmediato que se está dibujando.

Por tanto, marketing sí. Sin duda. Pero enfocado a lo verdaderamente importante en la farmacia: el cuidado de la salud, el espacio profesional en donde el consejo farmacéutico prima, y una atención cada vez más personalizada para garantizar un paciente controlado y cuidado.

Fuente: PwC a través del Blog de Semrush. Puedes descargar este informe en el apartado BidaMK de la web de Bidafarma.

COMPROMETIDOS CON LA MEJORA DE LA GESTIÓN DE TU FARMACIA

CEU Fundación San Pablo Andalucía

IX EDICIÓN PROGRAMA ALTA DIRECCIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN OFICINA DE FARMACIA (PADEOF)

La IX edición de este programa formativo en colaboración con CEU San Pablo Andalucía se desarrollará en Ciudad Real desde octubre hasta marzo de 2020. Este programa, dirigido a titulares de oficina de farmacia y a graduados universitarios que trabajen en ellas, tiene como objetivo mejorar sus capacidades de gestión y aprender a manejar herramientas que simplifiquen la complejidad de su negocio.

El socio opina



Alicia Borja Cepeda

Farmacéutica de Plasenzuela (Cáceres)
Alumna de la VII Edición

¿Cuál ha sido tu experiencia durante el curso?

Mi experiencia del curso ha sido muy positiva. Tanto las horas que pasábamos en el curso como las horas que teníamos que dedicar en casa a estudiar. Además, nunca había tenido la oportunidad de compartir experiencias con otros compañeros. He tenido unos profesores que se notaba que sabían mucho del tema de farmacias, no sólo de la gestión de una empresa.

Una vez finalizado, ¿cómo ha mejorado tu día a día en la farmacia?

Pues ha cambiado en muchos aspectos. He aprendido a valorar el trabajo de la gestoría muchísimo. En el curso nos dan nociones de declaraciones y de cuentas que yo no voy a realizar, pero ahora entiendo bastantes cosas de esos aspectos. He aprendido a valorar las decisiones que tomo en la farmacia, como por ejemplo "comprar a lo loco". También he aprendido a intentar tener una farmacia más dinámica, cambiar escaparates, hacer actividades para que los clientes no nos vean como el sitio donde compran medicinas solamente.

¿Por qué le recomendarías el curso a un compañero?

Pues porque compartir alegrías y penas con otros compañeros ayuda mucho. Intercambiar ideas influye en plantearse nuevos retos que pueden ser muy positivos tanto en el trabajo diario como en la relación con tus trabajadores, en relación con otros compañeros. Somos un gremio que no nos relacionamos mucho entre nosotros y este curso te abre la mente de manera muy positiva.



Natalia Peñalver Vílchez

Farmacéutica de Granada
Alumna de la V Edición

¿Cuál ha sido tu experiencia durante el curso?

La experiencia ha sido muy buena, con los casos te pones en la piel de los protagonistas y cómo podrías hacer para resolver el dilema, así como la forma de aplicarlo a tu farmacia. Te hace pensar en pequeñas cosas que en un primer momento consideras banales, pero pueden ser la base de una buena gestión.

Una vez finalizado, ¿cómo ha mejorado tu día a día en la farmacia?

Te dan pautas a seguir en la gestión de la farmacia, tanto en personal, en gestión de pedidos, stock, etc.

¿Por qué le recomendarías el curso a un compañero?

Es un curso muy completo que te da pequeñas claves para avanzar en nuestro día a día. En la carrera nos enseñan poco o nada de esto, y es una forma de aprender a llevar una farmacia en todos los aspectos.

Bidafarma, en su compromiso de ofrecer la mejor formación a sus socios y dotarlos de todas las herramientas de apoyo específica necesaria para la mejora en la gestión de su oficina de farmacia, desarrolla dos nuevas ediciones de sus programas formativos junto a CEU San Pablo Andalucía y San Telmo Business School.

IX EDICIÓN PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE OFICINAS DE FARMACIA

La IX edición de este programa formativo en colaboración con San Telmo Business School se desarrollará en Málaga desde noviembre hasta marzo de 2020.

Este tiene como objetivo obtener una visión global de la dirección de empresas en general y de la oficina de farmacia en particular, aprendiendo a tomar decisiones empresariales desarrollando habilidades directivas.

El socio opina



Pilar Martín García

Farmacéutica de Pontevedra
Alumna de la VI edición

¿Cuál ha sido tu experiencia durante el curso?
La experiencia ha sido muy positiva, a nivel académico fue muy ilustrativo, nunca había trabajado con el método del caso y reconozco que es una manera diferente de aprender y de resolver los problemas que tenemos o podremos encontrar en nuestra farmacia; a nivel personal fue enriquecedor porque conoces gente como tú, con perspectivas diferentes en su forma de trabajar, pero que te hacen pensar y te dan ideas nuevas a desarrollar y dar un nuevo aire a tu farmacia.

Una vez finalizado, ¿cómo ha mejorado tu día a día en la farmacia?
No ha sido un cambio drástico, pero si, en mi caso, me paro más en la cuenta de resultados, intentamos gestionar mejor los horarios, de hecho, lo cambiamos para una mejor conciliación familiar, poco a poco se van haciendo cosas.

¿Por qué le recomendarías el curso a un compañero?
Mi recomendación: haz el curso, si lo necesitas te vendrá genial y si no lo necesitas tanto, siempre se aprende y siempre puedes aplicar alguna idea con la que mejorar.



Prado Ayala Muñoz

Farmacéutica de Madrid
Alumna de la III edición

¿Cuál ha sido tu experiencia durante el curso?
Mi experiencia durante el curso ha sido magnifica. En primer lugar, me ha permitido relacionarme con otros compañeros con las mismas inquietudes que yo. El curso me ha hecho abrir la mente a entender la farmacia como una empresa como otra cualquiera y que puedo ayudar a mejorar mi farmacia teniendo en cuenta el marketing, mi relación con los empleados e infinidad de cosas, que yo puedo cambiar y me permite tomar decisiones.

Una vez finalizado, ¿cómo ha mejorado tu día a día en la farmacia?
Ha mejorado porque he conseguido poner en práctica muchas de las técnicas aprendidas en San Telmo y además porque me han hecho entender la realidad económica de mi farmacia: dónde está el dinero, por que tengo que hacer inversiones y cómo programarlas o cómo debo dejarme ayudar por empresas externas.

¿Por qué le recomendarías el curso a un compañero?
Al primer compañero al que se lo recomendé fue a mi marido que trabaja conmigo. Se lo recomendé porque una vez terminado el curso, en una discusión sobre cómo íbamos a enfocar una linea o cómo íbamos a organizar diversos aspectos del día a día en la farmacia, me di cuenta de que no nos poníamos de acuerdo. Entonces le recomendé hacer el curso para que los dos "hablásemos el mismo idioma". No podía considerar que tuviésemos el mismo criterio si él no había realizado el curso. Y por supuesto que se lo recomiendo a otros compañeros y, de hecho, se lo he recomendado, ya que creo que es indispensable.

NAN®

LÍDERES EN INNOVACIÓN

NUESTRA FÓRMULA MÁS INNOVADORA

La única leche infantil del mercado con 2 oligosacáridos diseñados con una estructura idéntica a los encontrados en la leche materna.



192046.1
400 g

183880.3
800 g

183881.0
800 g

192884.9
800 g

Sin aceite de palma

Tu NAN OPTIPRO® de siempre ahora también lista para tomar



192044.7
200 ml

192045.4
500 ml

La experiencia de NAN ahora también con la garantía BIO

CH-BIO-004
Agriculture UE/Non-UE
EU/Niet-EU landbouw
Agricultura UE/ no UE



191487.3
800 g

191488.0
800 g

192494.0
800 g

DOCUMENTACIÓN DESTINADA EXCLUSIVAMENTE A LOS PROFESIONALES DE LA SALUD

NOTA IMPORTANTE: La leche materna es el mejor alimento para el lactante durante los primeros meses de su vida y, cuando sea posible, será preferible a cualquier otra alimentación

NESTLÉ ESPAÑA S.A. ABR19/LM/PL Prensa técnica

BIDAFARMA Y LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA ESTRECHAN LAZOS

La cooperativa firma un convenio de colaboración con la institución universitaria para la realización de actividades culturales, educativas, editoriales y científicas de Marketing aplicado a la farmacia.



Dicen que el saber no ocupa lugar. También añadimos que aprender nos hace mejores y que los jóvenes proyectan el futuro y el progreso de un país. Por ese motivo, **Bidafarma ha vuelto a acercar posturas con una institución académica, en esta ocasión con la Universidad de Salamanca.** El acuerdo que ambos han firmado es un convenio de colaboración por el que se comprometen a la realización de actividades culturales, educativas, editoriales y científicas. Serán cuatro años prorrogables que permitirán además el establecimiento de convenios para que los alumnos puedan realizar prácticas para el desarrollo y el conocimiento de la distribución farmacéutica. También de las oficinas de Farmacia y el fomento del espíritu cooperativista y de la economía social. Estas dos últimas premisas han servido paulatinamente para que Bidafarma se asiente en el panorama nacional y sea un ejemplo dentro de la estructura de cooperativa que impulsa su fuerza dentro del sector.

En representación de Bidafarma, el vicepresidente **Antonio Pérez Ostos** y el rector de la Universidad de Salamanca, **Ricardo Rivero,** han sido los encargados de sellar su firma **para uno de los acuerdos formativos más importantes en lo que a este sector se refiere**. El progreso de la farmacia **"con el fin último de mejorar la salud y la calidad de vida de las personas",** explicaba el vicepresidente de la cooperativa, Pérez Ostos. Junto a los ya citados, también estuvieron presentes en el momento de la firma la vicerrectora de Investigación y Transferencia, **Susana Pérez Santos;** la vicesecretaria general de la Universidad de Salamanca, **Pilar Jiménez;** el decano de la Facultad de Farmacia, **Antonio Muro;** el consejero de Bidafarma, **Javier Recio Flemmich;** y la vicedecana de Farmacia, **Ana Martín Suárez.**

> **Colaboramos activamente con institucoines académicas, donde se forman los farmacéuticos del futuro.**
>
> **Antonio Pérez Ostos**
> (vicepresidente de Bidafarma)

> **Este convenio supone un gran impulso, como alegan sus propios representantes, para la facultad de Farmacia y su alumnado.**

Este convenio supone un gran impulso, como alegan sus propios representantes, para la Facultad de Farmacia y su alumnado. El mismo que conocerá de primera mano los servicios de distribución y de oficina de Farmacia que sitúa a Bidafarma como uno de los grandes líderes del sector. Así mismo lo han reconocido también en esta institución universitaria, una de las más antiguas de nuestro país, que recogen algunos datos como la **"clara vocación de servicio y cercanía a la farmacia: el 22% de la cuota del sector español de la distribución de medicamentos".** Bidafarma llega a más de 10 mil farmacias en nuestro país de las cuales 250 se encuentran en la ciudad de Salamanca. **En Castilla y León, la cooperativa mantiene una cuota de mercado del 28%.**



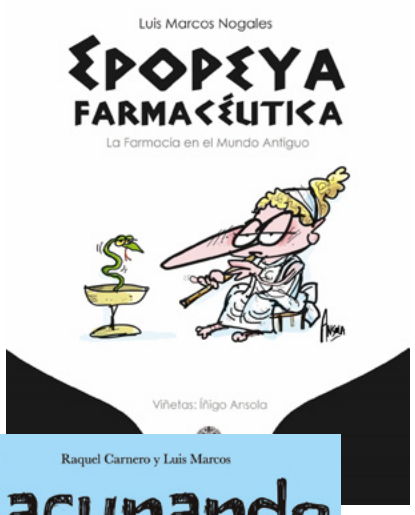
ENTREVISTA A

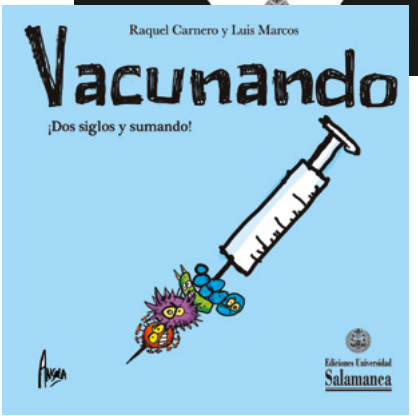
LUIS MARCOS NOGALES

Licenciado en Farmacia por la Universidad de Salamanca, Máster en Industria Farmacéutica y Parafarmacéutica del Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF) y experto en Formulación de Medicamentos Individualizados (USJ).

Ha trabajado en la Industria farmacéutica y desde 2008 ejerce como farmacéutico comunitario en la Farmacia Luis Marcos de Salamanca con especial dedicación a la formulación magistral. Es vocal en la junta directiva de LASEMI (Sociedad Española del Medicamento Individualizado). Y además es docente y colabora estrechamente con la Facultad de Farmacia de la Universidad de Salamanca.

Por otro lado, también es autor de *"Epopeya farmacéutica: la farmacia en el mundo antiguo"* y coautor, junto con la también farmacéutica Raquel Carnero Gómez, de *"Vacunando: ¡dos siglos y sumando!"*. Ambos ilustrados por Iñigo Ansola y publicados por la Universidad de Salamanca.





Procedes de una saga de farmacéuticos, ¿qué te llevó a continuar con la profesión familiar?

Por un lado, el hecho de pertenecer a una saga de farmacéuticos me ha hecho conocer la profesión en profundidad y me ha gustado desde siempre. Ya de niño miraba maravillado a mi padre trabajar en el laboratorio de la farmacia y para mí ha sido el día a día familiar toda mi vida. Por otro lado, mirando desde fuera, no cabe duda de que es una carrera muy bonita, la labor farmacéutica es maravillosa y quería participar de todo ello. Es una profesión que tiene algo de romántica, de quijotesca.

Antes de ejercer como farmacéutico comunitario, has trabajado en la Industria, ¿qué has aprendido en ella?

He aprendido mucho, sobre todo la importancia que tiene el trabajo en equipo. Allí hice amigos para toda la vida y tuve la suerte de tener unos compañeros y jefes magníficos de los que aprender. No es lo mismo una farmacia con dos o tres personas que una planta farmacéutica con mil, pero también es un equipo. De hecho, creo que se debe extrapolar este concepto a la profesión. Todos debemos trabajar en bloque en pro de la farmacia, algo que a veces echo en falta. Asimismo, he aprendido muchas otras cosas que he podido poner en práctica en mi día a día, sobre todo en el laboratorio de formulación magistral.

La tercera pieza de la cadena de valor del medicamento es la distribución. Bajo tu punto de vista ¿qué aporta Bidafarma a la farmacia?

La distribución creo que es la gran olvidada del sistema farmacéutico español, porque sin ella no tendríamos el tejido farmacéutico que tenemos actualmente. Este permite que una farmacia a 100 km de Salamanca, en la frontera con Portugal, pueda tener acceso a los mismos medicamentos en 24 horas que otra farmacia de cualquier capital de España, y esto es gracias a la distribución. Por ello, gran parte del valor que tiene el modelo farmacéutico español se debe a ella. En definitiva, es el trabajo en equipo que comentaba antes, estamos y debemos estar todos a una y trabajando para este modelo: distribución, farmacias y administración.

Este año, has publicado junto a la farmacéutica Raquel Carnero el libro "Vacunando, ¡dos siglos y sumando!" un libro divulgativo para desterrar mitos sobre las vacunas. ¿Cómo se sitúa España dentro del movimiento antivacunas?

Bueno, en primer lugar, he de comentar que Raquel Carnero y yo estamos casados, tenemos tres niños (los tres están vacunados). Con respecto al libro, lo primero que hemos querido, como farmacéuticos que somos, es divulgar en salud, algo que hacemos todos los días detrás del mostrador, pero quizá no se nos reconoce demasiado.

El libro ha sido un éxito, hasta el punto de salir en televisión de la mano de la Ministra María Luisa Carcedo, que lo ha definido como "una vacuna contra la ignorancia".
El movimiento antivacunas en España es residual. Quizá lo que deberíamos hacer es adelantarnos a ellos antes de que ganen peso en nuestra sociedad. Si observamos países de nuestro entorno, veremos que el movimiento está más consolidado. En Francia e Italia ya tienen serios problemas y en Estados Unidos tiene mucha relevancia. De hecho somos un ejemplo, porque la vacunación, sin ser obligatoria, tiene unas tasas muy buenas en España.

¿Y cómo puede o debe el farmacéutico ayudar a erradicarlo?

El farmacéutico tiene una labor muy importante que va más allá del día a día de la dispensación, la formulación..., que es la comunicación y la educación en salud. Tenemos acceso tanto a los pacientes como a los que no lo son. Creo que podemos aportar muchísimo sencillamente con comentarles: "¿oye, te has puesto la vacuna de la gripe?" "¿el niño ya está vacunado?".

El movimiento antivacunas está en auge en parte por el uso de las redes sociales. Como farmacéutico presente en el mundo 2.0, ¿que aportan las nuevas formas de comunicación a la profesión?

Bajo mi punto de vista son lo mejor y lo peor a la vez. Cada noticia negativa precisa de tres noticias positivas para contrarrestarla. Creo que es muy importante que haya farmacéuticos en las redes, junto con otros profesionales, porque este tema en concreto, el de las vacunas, es muy serio y tenemos que ir todos de la mano. Da igual que seamos de enfermería, de medicina... da lo mismo.

> **El movimiento antivacunas en España es residual. Debemos adelantarnos a ellos antes de que ganen peso en nuestra sociedad.**

La farmacia atraviesa un problema global de desabastecimiento, como farmacéutico formulista y miembro de LASEMI, ¿es la formulación magistral la solución al desabastecimiento?

La solución final no, pero la formulación magistral es imprescindible en casos de desabastecimiento. Hay personas que se han quedado sin su tratamiento por los desabastecimientos y en muchos casos la única forma de conseguirlo es elaborarlo en una farmacia. Esto es innegable. Hay muchas farmacias que formulan, más de las que pueda parecer y todas podemos ayudar. La formulación magistral es esencial. Sería un error de bulto no contar con ella.

Desde LASEMI luchamos por dar valor a la formulación y abrimos nuestras puertas a todos los profesionales que intervienen en el proceso: estudio, investigación, innovación, prescripción y elaboración del medicamento individualizado.

Farmacéutico, escritor, docente... ¿Cuáles son tus próximos retos?

De momento seguir trabajando en el proyecto @vacunando, 100% farmacéutico, del que surgió el libro antes mencionado y una exposición itinerante sobre vacunas que ya ha estado en una docena de localizaciones: facultades, colegios, ayuntamientos, hospitales, etc. La hemos movido nosotros, con nuestro coche y la ayuda de nuestros hijos, que colaboran entusiasmados. Debo mencionar el apoyo y el cariño que hemos recibido por parte de otros colectivos sanitarios. ¡Juntos sumamos!

A principios de 2020 esperamos publicar un nuevo libro en la línea de Epopeya Farmacéutica, esta vez ambientado en la Edad Media y publicado por Ediciones Universidad de Salamanca con la colaboración de la Facultad de Farmacia de Salamanca e instituciones como el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Salamanca y LASEMI entre otros.

sandoz
BIENESTAR



¿Eres diabético?

¿Te preocupa el cuidado de tus pies?

SANDOZ BIENESTAR PIE DIABÉTICO
CREMA EMOLIENTE Y PROTECTORA.
PARA PIELES DELICADAS Y FRÁGILES.



Está particularmente indicada para la piel seca, delicada y frágil, alterada por factores endógenos y exógenos, y ofrece una **ayuda válida para prevenir alteraciones cutáneas en personas con riesgo de desarrollo de lesiones** (decúbito, diabetes, vasculopatías).

Y tú ¿cómo te sientes hoy?

ES1902963940

SANDOZ A Novartis Division

Sandoz Farmacéutica S.A. Centro Empresarial Parque Norte. Edificio Roble. C/Serrano Galvache, Nº 56. 28033, Madrid.

www.sandozbienestar.com

NUEVA JORNADA FORMATIVA

DIABETES-FARMACIA, ESTA VEZ EN ALGECIRAS

Pacientes, familiares y farmacia unidos para el abordaje de la diabetes.



El pasado día 27 de septiembre tuvo lugar en Algeciras una nueva edición de las jornadas formativas **¿Qué puede hacer el farmacéutico comunitario por la persona con diabetes?,** en el marco de las jornadas que Bidafarma está organizando por toda España fruto del acuerdo de colaboración con la Federación Española de Diabetes (FEDE).

Como viene siendo habitual, esta jornada fue inaugurada por autoridades del ámbito local y regional, en este caso, contamos con la presencia del primer teniente de alcalde de la ciudad, **Jacinto Muñoz,** y de **María Isabel Paredes,** delegada territorial de la Consejería de Salud y Familias de la Junta de Andalucía que, con su presencia quisieron mostrar el compromiso de ambas instituciones con los pacientes, la farmacia andaluza y todos los profesionales farmacéuticos. En representación del colectivo farmacéutico estuvo el presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Cádiz, **Ernesto Cervilla** y el secretario de dicho Colegio, **Alberto Virués** que fue el encargado de ser el ponente y, por tanto, dar respuesta a la pregunta que da título a dicha jornada.

Los organizadores del evento fueron los primeros en tomar la palabra. Por parte de la Federación de Asociaciones de Diabéticos de Andalucía (FADA), intervino su presidente, **Francisco Pérez,** quien agradeció la colaboración con Bidafarma porque significa un apoyo más, dentro de los profesionales sanitarios, en la atención y cuidado a los pacientes con diabetes, una de las patologías más frecuentes entre la población y que está relacionada con otras enfermedades y factores de riesgo que pueden complicar su tratamiento y el desarrollo de su vida diaria.

Por parte de Bidafarma, su presidente, **Antonio Mingorance,** también presente en el acto, destacó que estas colaboraciones no solo son importantes sino absolutamente necesarias porque, **"gracias a la capilaridad de 4.000 oficinas de farmacia (10.000 en toda España) distribuidas por toda la región andaluza, podemos ayudar de una manera directa a mejorar la calidad de vida de los pacientes con diabetes, ya sean niños, adultos o personas mayores y sobre todo, actuar en la prevención de esta patología",** destacó.

En esta línea, también incidió el presidente del Colegio de Farmacéuticos de Cádiz, **Ernesto Cervilla** que quiso reivindicar el papel de la farmacia ante los retos en salud de la sociedad, y en el caso del abordaje de la diabetes, **señaló las numerosas iniciativas llevadas a cabo por los colegios de farmacéuticos andaluces en la detección,** prevención y tratamiento de esta patología.

El secretario del COF de Cádiz, **Alberto Virués,** fue el encargado de clausurar la jornada y por tanto de explicar y desgranar, las distintas intervenciones que, **desde la farmacia comunitaria, se pueden llevar a cabo en la atención a los pacientes diabéticos.** El acto terminó con un interesante coloquio donde pudieron participar algunas de las más de cincuenta personas que asistieron entre pacientes, familiares y farmacéuticos.



BIDAFARMA PRESENTE EN LA ESCUELA DE FORMACIÓN DE FEDER





Roberto Ortega junto al presidente y vicepresidenta de Feder, y miembros de la Junta Directiva

El pasado lunes 14 de octubre se celebró en Madrid la X Escuela de Formación interna de la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER) titulada, "Encuentro para la transformación social: crecer contigo, nuestra esperanza". Bidafarma participó en una de las mesas, en concreto en la mesa sanitaria a través de la presencia de nuestro consejero Roberto Ortega, quien intervino como ponente de la sesión "El rol del farmacéutico en la oficina de farmacia".

Roberto Ortega comenzó su intervención manifestando el compromiso, de todos los profesionales sanitarios, incluido el farmacéutico comunitario, como agente sanitario más cercano y accesible, en la labor de concienciación y sensibilización de las enfermedades, denominadas raras, por su baja prevalencia en la población.

Ortega destacó también cómo una de las mayores preocupaciones de este grupo de pacientes tan escaso y diverso al mismo tiempo, es el acceso a los fármacos disponibles. Así mismo señaló cómo el tratamiento de las enfermedades raras muchas veces resulta complicado debido a las dificultades que plantean la investigación y desarrollo de medicamentos huérfanos por parte de la industria farmacéutica. No obstante, quiso resaltar el papel del farmacéutico en las enfermedades poco frecuentes ya que actualmente las oficinas de farmacia constituyen la puerta de entrada al sistema sanitario para muchas personas. Y el farmacéutico comunitario contribuye, en coordinación con el resto de agentes sanitarios, a mejorar el proceso asistencial y el bienestar de los pacientes.

La participación de Bidafarma en este foro se enmarca dentro de las acciones de colaboración y apoyo que venimos realizando con FEDER en línea de nuestro compromiso de tejer alianzas con las asociaciones que orientan y asisten a los pacientes. Para Bidafarma es un orgullo poder formar parte de la gran familia de FEDER y poder contribuir, desde la farmacia comunitaria, a la labor de concienciación, sensibilización y como altavoz para canalizar sus demandas, actividades y proyectos. Y es que, nos unen muchas cosas, entre ellas nuestra principal razón de ser: mejorar la calidad asistencial de los pacientes.

> **La jornada sirvió para conocer más sobre el abordaje sociosanitario de las Enfermedades Raras.**

FEDACE JUNTO CON BIDAFARMA PRESENTA

EL DOCUMENTO INFORMATIVO "CONOCE EL DAÑO CEREBRAL" PARA FARMACÉUTICOS



El pasado 24 de septiembre de 2019 Bidafarma, junto con la Federación Española de Daño Cerebral (FEDACE), **presentó el documento informativo "Conoce el Daño Cerebral"** en la sede del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. El acto, al que asistieron más de 50 personas con Daño cerebral y sus familias, contó con la presencia de **Jesús Celada,** director de Discapacidad del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, **Luciano Fernández**, presidente de FEDACE, **Luis Ortega,** vicesecretario de BIDAFARMA y **Mar Barbero,** directora de FEDACE, que fue la encargada de moderar el acto.

Este documento que, consiste en un tríptico informativo **"Conoce el Daño Cerebral" destinado a los farmacéuticos, y donde se ilustra con consejos sobre los aspectos fundamentales para identificar y tratar a personas con daño cerebral adquirido,** ya se presentó en Andalucía el pasado día 23 de abril, junto con la Federación Andaluza de Daño Cerebral Adquirido.

Con el objetivo de aumentar el radio de difusión y de visibilidad a este proyecto, se le ha querido dar réplica a nivel nacional con el apoyo del Ministerio de Sanidad, y de la Federación Española de Daño Cerebral, a través de la distribución de dicho tríptico entre las más de 10.000 farmacias donde Bidafarma presta servicio. En Andalucía, ya se ha distribuido a 4000 oficinas de farmacia y con ello pretendemos poner en valor la importante labor que el farmacéutico, como agente sanitario más cercano, puede desempeñar en el abordaje diario de la asistencia a las personas con daño cerebral adquirido.

Como destacó, **Jesús Celada,** en la presentación de este documento, estas colaboraciones son muy importantes porque **permiten apoyar el movimiento asociativo de personas con Daño Cerebral y sus familias** a través de la amplia red de farmacias con las que cuenta Bidafarma.

Por su parte, Luciano Fernández, presidente de FEDACE, señaló la relevancia del papel que juega el farmacéutico a la hora del trato a diario con las personas y la confianza que se genera ya que, **"las oficinas de farmacia se convierten en un referente y sirven de ayuda y apoyo a personas con daño cerebral y sus familias".**

Luis Francisco Ortega, vicesecretario de Bidafarma, hizo un llamamiento a aprovechar la capilaridad de la distribución farmacéutica cooperativa porque **"solo desde la creación de alianzas entre los distintos estamentos sanitarios, podemos mejorar la calidad asistencial del paciente que, en definitiva, es nuestra verdadera razón de ser",** destacó.

El acto concluyó con la intervención de Mar Barbero, directora de FEDACE quien explicó el contenido del documento informativo donde se detallan los temas más importantes a conocer sobre el Daño Cerebral: **definición, causas, secuelas, rehabilitación, alta hospitalaria y el movimiento asociativo, existente en todo el territorio español.**

> **Desde Bidafarma apostamos por visibilizar esta discapacidad, el daño cerebral adquirido, denominada como invisible para la sociedad.**



Luciano Fernández Pintor, es un leonés de nacimiento y gallego de adopción, nacido en 1960, que llega al movimiento asociativo del DCA con motivo de un accidente cerebrovascular de su hijo, en el año 2002.

Desde el año 2004 ejerce el cargo de Secretario de la Junta Directiva de las Asociación de Daño Cerebral de Compostela "Sarela". En el año 2014 y en representación de Sarela, es elegido Tesorero de la Federación española de Daño cerebral FEDACE , siendo elegido Presidente de la misma entidad en el año 2016, cargo que desempeña en la actualidad.

Compatibiliza este cargo con el Presidente de la Federación gallega de daño cerebral y con los de vocal de los comités ejecutivos de los CERMI,s. estatal y autonómico.

Como Presidente de FEDACE también es vocal de la Federación europea de daño cerebral. BIF

ENTREVISTA A

LUCIANO FERNÁNDEZ PINTOR

Presidente de FEDACE

Lo primero, gracias por atendernos y enhorabuena por tu trabajo en esta directiva en la que ya acumulas más de tres años al frente. Hace un año disteis un gran paso para la atención de personas con daño cerebral. ¿Cómo valorarías todo lo conseguido en FEDACE en este tiempo?

Considero que no se debe juzgar individualmente la acción de gobierno de una Junta Directiva o una presidencia en concreto, salvo que se produzcan situaciones extraordinarias que entiendo no es el caso. Desde la Junta Directiva actual no hace más que continuar la labor de las precedentes y seguir esa senda de reivindicación, visibilización y concienciación social y por supuesto apoyo incondicional a las familias y personas con DCA. En ese aspecto, y aunque mi valoración es positiva, soy consciente de que queda mucho trabajo que hacer.

Las cifras son preocupantes. Hablamos de casi medio millón de personas con Daño Cerebral Adquirido en nuestro país. 104.000 personas sufren una lesión en el cerebro que deriva del DCA. En mayores de 51 años suelen aparecer casos de ictus y en menores de 19 las circunstancias son otras, ¿se puede prevenir de alguna forma?

La prevención es, probablemente, la gran asignatura pendiente, asumiendo como premisa cierta que, aunque todo es perfectible y mejorable, se están consiguiendo notables resultados en la fase aguda y se van poniendo más recursos (todavía escasos y dispares según los territorios) en las fases subaguda y crónica.

La prevención del DCA no difiere significativamente de la de otras patologías. Sigue siendo necesario trabajar el ámbito educativo y en el ámbito de la concienciación social en que las personas adopten hábitos de vida saludable, abandonando el sedentarismo, las adicciones, el estrés y potenciando la práctica deportiva y una alimentación saludable; en políticas de prevención vial desde los colegios, no solamente en el ámbito de los vehículos a motor, también en cualquier otro medio de desplazamiento, inclusive en nuestra faceta de peatones o educar a la ciudadanía en aquellos síntomas que nos puedan hacer pensar que alguien a nuestro lado puede estar sufriendo un ictus, entre otras, sigue siendo necesaria una mayor implementación.

Debemos entender que en prevención no existe el gasto sino la inversión y que toda inversión en este campo duplica al menos el ahorro en tratamientos, intervenciones y acciones posteriores, en cualquiera de las fases, soy consciente de que queda mucho, mucho trabajo que hacer.

En 2017 se lanzó un plan estratégico llamado "Para llegar juntos y a tiempo". ¿Qué resultados ha obtenido?

Considero que los planes estratégicos hay que impulsarlos y reconducirlos si procede durante el periodo de vigencia, pero valorarlos cuando finalizan. La consecución de los objetivos propuestos en las cinco Líneas Estratégicas del Plan, tienen distintas velocidades de avance. No obstante, desde la Junta Directiva estamos moderadamente satisfechos del avance de las distintas Líneas Estratégicas, en particular en lo referido a la "búsqueda de alianzas y presencia en el entorno" como es el caso de la establecida con Bidafarma.

Eres un ejemplo por la situación familiar que vives de cerca. Una persona capaz de dar ese ejemplo del que hablamos. ¿Qué le dirías a las familias que viven una situación similar?

Con todo el respeto hacia la opinión de los demás, creo que dentro del movimiento asociativo hay centenares, miles de personas que son más ejemplares que yo, significando además que este es un trabajo y un esfuerzo colectivo; desde mi humilde experiencia, lo único que trato de trasmitir es ilusión y espíritu de lucha. Solamente se pierde la batalla que no se presenta y nosotros debemos presentar batalla todos los días, cada día. Batallas contra el desconocimiento del DCA, contra la incomprensión, contra la discriminación, contra la falta de recursos, contra el tiempo, contra la legislación, contra las administraciones y a veces contra nosotros mismos, por el cansancio que supone estar todos los días peleando.
No importa las veces que te caigas, lo que de verdad importa son las veces que te levantas.

En Bidafarma atendemos a la inclusión laboral, algo similar a lo que intentáis trasladar vosotros. ¿Se están dando grandes pasos en este sentido?

Si, se están dando pasos para trabajar en la inclusión laboral a pesar de los grandes problemas que en este sentido tienen las personas con DCA, que daría para un monográfico y que por la concreción de la entrevista no podemos abordar, pero que abarca desde el propio diagnóstico, pasando por la valoración de los EVO,s de discapacidad hasta la diversidad de secuelas que el DCA deja en cada persona y que como sabemos pueden ser tantas y tan diversas como funciones controla nuestro cerebro; esto significa que cada persona es única y establecer modelos genéricos resulta complicado. Es por eso que estamos trabajando en la creación de modelos de inclusión y que podemos afirmar con orgullo que se están consiguiendo resultados muy esperanzadores.

¿Podrías hablarnos de la presentación del decálogo que se hará a nivel nacional? ¿Qué aporta el farmacéutico al paciente que sufre DCA?

La presentación del decálogo la entendemos como el inicio de una colaboración que para nosotros es fundamental y que esperamos ayude a paliar de manera significativa la falta de información y la soledad con la que se encuentran las familias ante una situación inesperada, violenta y traumática como es la que se produce cuando el DCA golpea en su entorno más inmediato. Contar con el apoyo del Ministerio y del Consejo General de Farmacia supone un aval muy importante y una garantía de éxito.
Por otra parte y bajo nuestro punto de vista, el farmacéutico es un eslabón fundamental en el complejo entramado del actual sistema sanitario. Su perfecta cualificación, su implantación territorial, su permanencia en el tiempo en el territorio, en nuestros barrios y en nuestros pueblos y ciudades, las y los convierten en los activistas sanitarios e informadores ideales, tanto desde el punto de vista de la veracidad de su información como desde el de la confianza que la ciudadanía deposita en su correcto asesoramiento. En muchas ocasiones se produce antes la visita a la farmacia que al médico, lo que denota la confianza que los ciudadanos tenemos en nuestro servicio farmacéutico, entre otras cosas, porque es fiable, siempre está ahí, es inmediato, no hay que esperar.

> **"UNA VIDA SALVADA MERECE SER VIVIDA", con dignidad.**

Por último, dándote las gracias por tu atención nuevamente, me gustaría saber cómo ves FEDACE dentro de otros tres años.

Aspiro a que FEDACE continúe liderando el movimiento asociativo, que seamos capaces de que la implantación territorial se consolide definitivamente y que, siendo consciente de la dificultad que supone, podamos conseguir o al menos avanzar bastante en la consecución de esas cuatro reivindicaciones, para nosotros fundamentales, y que llevamos tanto tiempo reclamando:

- Censo de personas con DCA.
- Código diagnóstico, al alta hospitalaria.
- Estrategia Nacional de atención a DCA
- Continuidad asistencial donde se incluya a la familia como parte beneficiaria del proceso de atención, contemplando además las especiales necesidades de las personas en estado de mínima conciencia, los menores con DCA y las personas con alteraciones graves de conducta.

Todo ello, para poder hacer realidad nuestro lema:

"UNA VIDA SALVADA MERECE SER VIVIDA", con dignidad.

MEDAC RECONOCE LA LABOR EDUCATIVA DE BIDAFARMA

La cooperativa recibe un galardón por su papel colaborador en la enseñanza de formación profesional que el instituto imparte en la rama sanitaria de Técnico de Farmacia.

El instituto MEDAC no quiso perder la ocasión de reconocer a Bidafarma dentro del marco que ambos han sellado en beneficio del alumnado. **En esta ocasión el premio se otorgaba por el papel que la cooperativa ha mantenido en la rama sanitaria de Técnico de Farmacia;** en la que se han aportado herramientas informáticas de gestión, practicadas con el Programa Unycop Win –utilizado en las oficinas de farmacia en casi todo el territorio nacional-; también en el área de Recursos Humanos, facilitando la oportunidad de que estos alumnos realizasen prácticas en almacenes de farmacia como futurible salida profesional en el ámbito de la distribución; así como la colaboración docente de apoyo mediante ponencias profesionales del personal de Bidafarma.

Bidafarma está presente junto a MEDAC en el 'Aula de Farmacia', una iniciativa de la cooperativa junto al instituto de formación profesional. Los centros de MEDAC en los que trabaja y con los que colabora la cooperativa se encuentran en: Granada, Málaga, El Ejido, Córdoba, Sevilla y Madrid. **En todos se imparte la titulación de Técnico de Farmacia.** Con esta distinción, Bidafarma vuelve a poner de relieve su implicación con las futuras generaciones que algún día formarán parte del sector y muy en especial de la distribución. **Granada fue el escenario escogido para la entrega de estas distinciones en las que Bidafarma fue el motor que arrancaron todos los alumnos,** los mismos que tienen más garantías de formarse y aprender gracias a estas buenas prácticas académicas.

> **El 'Aula de Farmacia' ha sido esencial en el papel formativo que los alumnos de Técnico de Farmacia disfrutan gracias a Bidafarma y MEDAC.**



Emilia López, responsable de comunicación de Bidafarma recibiendo el premio de manos de Manuel Ávila, director territorial de Medac



Los participantes en su llegada a la famosa Plaza del Obradoiro en Santiago de Compostela

BIDAFARMA REPARTE SOLIDARIDAD EN EL CAMINO DE SANTIAGO

Colaboramos con la ONG UP2U Project Depende de Ti en su acción 'El Camino de los Valores'.

Bidafarma ha colaborado con la ONG UP2U Project Depende de Ti, en una de sus iniciativas más destacadas, **'El Camino de los Valores',** que acaba de concluir su tercera edición con la participación de cerca de 200 jóvenes con medidas judiciales, de protección de riesgo y refugiados. **Los participantes han recorrido 25 kilómetros de Ruta Jacobea en Gran Canaria y 75 del camino Inglés desde Galicia para sumar los 100** necesarios para conseguir la Compostela. Fiel a nuestro compromiso con la responsabilidad social corporativa y con el fin de generar valor compartido, hemos colaborado donando material de botiquín para que los jóvenes pudiesen hacer frente a las pequeñas inclemencias del Camino.

Coincidiendo con la celebración de la iniciativa, se ha nombrado al juez José Antonio Vázquez Taín como presidente de la nueva delegación gallega de la organización canaria, dedicada a la inclusión de jóvenes en riesgo de exclusión social. Vázquez Taín confiesa que este nombramiento le permite **"solucionar problemas más allá de mi trabajo".** El magistrado defiende que los jóvenes en riesgo casi siempre tienen salida, **"se trata de reconducirlos y darles una nueva oportunidad".** De hecho, Taín asegura que **"frente al 5 ó 10 % de recuperación que hay entre los mayores de edad que delinquen, en los jóvenes este porcentaje de chavales que no vuelven a delinquir puede llegar al 60 u 80 %".**

> **Colaboramos con esta iniciativa que promueve la inclusión de jóvenes en riesgo de exclusión social a través de los valores solidarios de la peregrinación.**



Santiago Máiz Cal, vocal del Consejo Rector de Bidafarma; Reyes Martel, presidenta de la ONG UP2U Project Depende de Ti; y el juez, José Antonio Vázquez Tain

ANÁLISIS CATEGORÍAS
FARMAPREMIUM Y BIDAFARMA

Octubre 2018 - Octubre 2019

Ventas Totales

	Niños	Dietética y Herboristería	Higiene Bucal	Cosmética	Higiene Corporal	Botiquín	Solares	Higiene Capilar	Ortopedia	Salud Sexual
b	20%	16%	16%	13%	8%	9%	4%	3%	3%	2%
f	15%	18%	17%	14%	9%	11%	4%	3%	3%	1%

f Farmapremium b Bidafarma

Analizamos las categorías más vendidas durante el periodo de verano a nivel farmapremium:

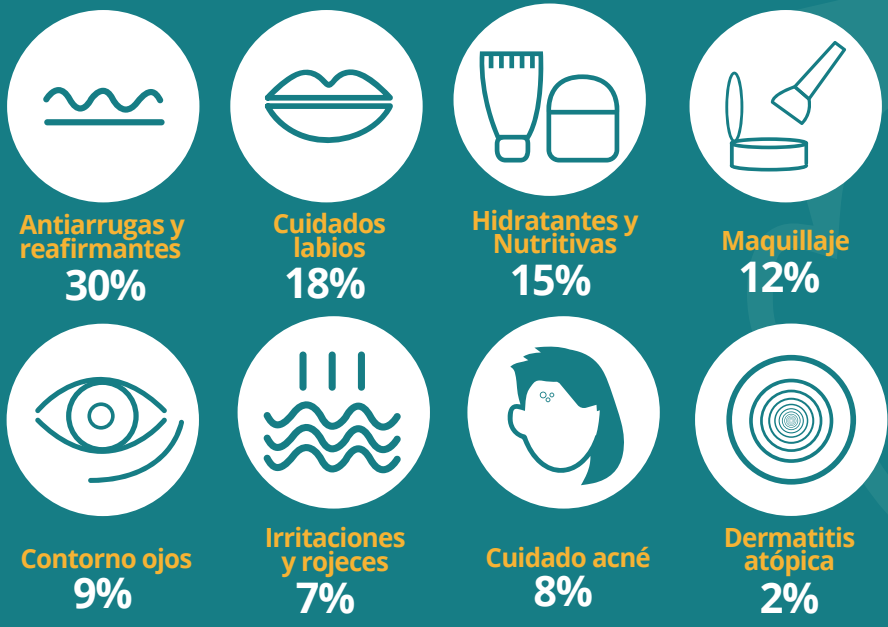
Higiene Bucal, Corrección de Manchas y Piojos.

HIGIENE BUCAL

- Dentífricos 29%
- Cepillos 22%
- Colutorios 22%
- Adhesivos 11%
- Packs 6%
- Gel 3%
- Hilo dental 3%
- Tabletas 2%
- Spray 1%
- Irrigadores 0,1%

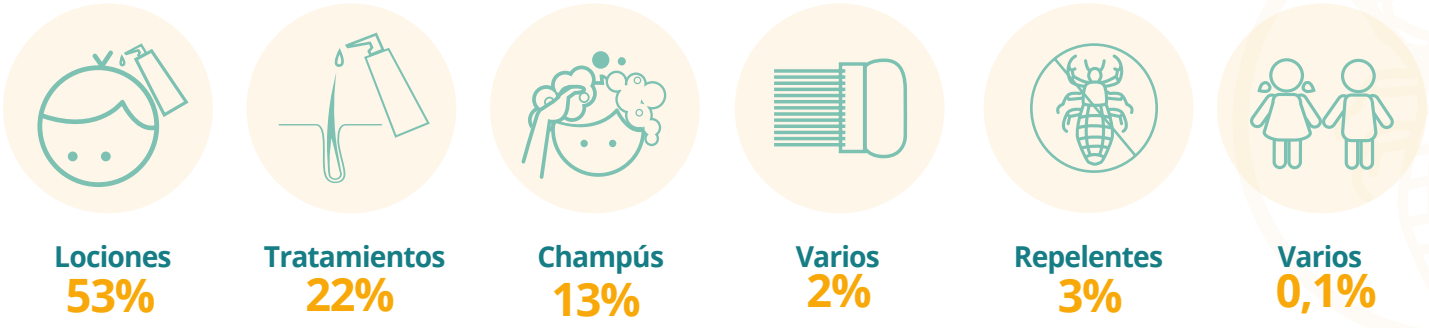
BELLEZA FACIAL SUB. CATEGORÍA

CORRECCIÓN DE MANCHAS



CAPILARES SUB. CATEGORÍA

PIOJOS



Perfil del cliente respecto a la media FARMAPREMIUM

								m	h
Bucal Higiene	4%	16%	22%	25%	20%	16%		91,38%	8,62%
Corrección de manchas Belleza facial	4%	20%	31%	20%	14%	9%		95,2%	4,77%
Antipiojos Higiene del cabello	5%	39%	47%	9%	4%	1%		93,6%	6,3%
	18-29 años	30-39 años	40-49 años	50-59 años	60-69 años	70 o + años			

‘GORDITOS’ EN RIESGO: LA SALUD NUTRICIONAL DE NUESTRAS MASCOTAS

Cada vez son más los casos de perros y gatos en los que se aprecia el sobrepeso que se produce a través del sedentarismo o de la castración. Los principales remedios: actividad física, dieta y productos complementarios con Farmascotas.

Dicen que quien tiene una mascota tiene un confesor único, un gran compañero de viaje y un amigo leal. También dicen cada vez más los que tienen una mascota que un animal acaba pareciéndose a su dueño o dueña. Los animales de compañía han acabado siendo uno de nuestros grandes baluartes, un apoyo irreemplazable y también un espejo que mide nuestras actitudes y también nuestro carácter o costumbres. Si hablamos de estas semejanzas y cada vez menos diferencias entre felinos o canes con sus dueños, con nosotros, es porque también les trasladamos algunas de nuestras peores costumbres. Una de ellas, por ejemplo, es el sedentarismo o **la obesidad que ya afecta a más del 40% de la población española y que tampoco ha sido una excepción para ellos: perros y gatos.** Especialmente aquejados, ellos, por la esterilización a las que se ven sometidos en un gran número de casos. Las mismas protectoras de animales ya dictan que muchos animales tienen que salir **“castrados”** para evitar que continúen los casos de camadas no deseadas y el consiguiente abandono.

Si hablamos de la obesidad en animales, **tenemos que obedecer a que se trata del principal problema nutricional en perros y gatos.** Los problemas de nutrición de cobayas, conejos o hámsteres suelen ser otros, y las aves saben administrarse el pienso a lo largo del día sin caer en la glotonería. Estos son algunos datos que recogen distintas revistas veterinarias. Los cachorros también son los que menos problemas tienen a la hora de comer y con los que menos tenemos que medir las cantidades de piensos y variados a lo largo de cada día ya que están en etapa de crecimiento y se les puede permitir comer un poco más. Pero claro está, no debemos caer en el desinterés porque los excesos, como todo, no son buenos tampoco para ellos. Los problemas de obesidad empiezan después del año, cuando los animales, que deberían llevar una dieta regulada, siguen comiendo de todo y se les añade el ya citado proceso de castración una vez superan la fase inicial de madurez; en el caso de perras o gatas, su primera regla por recomendación de distintos veterinarios.

La castración copa cada vez más casos en perros y gatos y supone un riesgo para que nuestras mascotas cojan peso.



El abdomen, el tórax y la cola: indicadores de que nuestro perro o gato padece sobrepeso.

Como ya hemos expuesto en alguna ocasión, al igual que sucede con los problemas de salud que derivan en cuanto a los parásitos a los que se exponen, y que los tratamientos dependerán del pelaje y las características de cada animal, con la nutrición ocurre lo mismo. Se deben medir las cantidades nutricionales en relación a cada tipo de animal. Desde los 200 gramos diarios en algunos casos hasta cantidades más abundantes si se trata de perros de mayor tamaño.

Los gatos sí suelen comprender valores comunes en relación a su alimentación. Los perros, que sufren los mayores problemas de sobrepeso, tienen que ser examinados en cuanto al tórax, medir de este modo la capa de grasa o ver si superan en un 20% su tamaño natural. **La ansiedad, tal y como sucede con humanos, también es evidente en estos casos.** Si no se sacia nunca, tendremos que procurar medirles con más rigurosidad las cantidades de comida que les damos. Las colas, tanto en perros como en gatos, también son un indicador común para medir la grasa corporal de ambas especies. **Si el abdomen es tan ancho como el pecho, también debemos preocuparnos.**

Para evitar que este problema de salud derive en algún tipo de enfermedad cardiovascular, el mejor y más inmediato de los remedios deberá ser la actividad física y la dieta**. Si nuestro perro o gato tiene problemas para correr o se fatiga con más facilidad, también debemos actuar de inmediato.** Además de este principio básico que podría trasladarse a cualquier persona, con Farmascotas encontraremos distintos tratamientos que pueden ayudar a reducir su peso y mejorar su calidad de vida. Con este servicio, en Bidafarma apostamos por la salud de nuestras mascotas**. Siempre con recomendación de su veterinario y bajo supervisión.**



DPTO. VETERINARIA
Grupo Bidafarma

HIDALGO PAREJO asesores SDAD. LIMITADA

Asesoría Fiscal y Contable



Despacho altamente especializado en el asesoramiento integral de las Oficinas de Farmacia y actividades desarrolladas por farmacéuticos (ortopedia, óptica, análisis clínicos…)

Más de 40 años de **experiencia** en el sector **farmacéutico** nos avalan

Atención personalizada

- Asesoramiento Fiscal y Contable
- Asesoramiento Económico
- Transmisiones de Farmacia
- Organización del Patrimonio Familiar
- Asesoramiento Jurídico de empresas
- Derecho Sucesorio (Testamentos y Particiones de Herencias)
- Derecho Inmobiliario (Arrendamientos, compraventa de inmuebles, etc.)

Despachos: Avda. San Francisco Javier, 9. Edif. Sevilla-2. Plta. 9
41018 **SEVILLA** - Telf. 954 649 500 - 954 925 985

Avda. Alcalde Álvaro Domenecq. Edificio Jerez, 74-4º. Pta. 13
11405 **JEREZ DE LA FRONTERA** - Telf. 956 309 312

Dirección: **Amparo Hidalgo Parejo**
Economista
Miembro de la Asociación Española de Asesores Fiscales

asesores@hidalgoparejo.es

Bidagenda

FIN DE AÑO 2019

NOVIEMBRE

5	· **TALLER SALUD EN CASA.** ALMERÍA
6	· **TALLER DOLOR DE ESPALDA.** SEVILLA
7	· **FORMACIÓN SOBRE VACUNAS.** CÓRDOBA · **FORMACIÓN SOBRE ANTICONCEPTIVOS.** GRANADA · **TALLER SALUD EN CASA.** SALAMANCA
11	· **TALLER SALUD EN CASA.** HUELVA
12	· **XII EDICIÓN EXPO SERVICIOS.** MÁLAGA · **TALLER SALUD EN CASA.** GUADALAJARA
14	· **CONFRENCIA SOBRE FISCALIDAD.** MÁLAGA · **TALLER SOBRE EL ALBARÁN XML.** SEVILLA · **5ª JORNADA NACIONAL DERMOFARMACIA: MASDERMO2019.** MADRID
18	· **FORMACIÓN SOBRE VACUNAS.** HUELVA · **FORMACIÓN FARMACÉUTICA CONTINUADA.** MÁLAGA
21	· **PROTOCOLOS DE PREVENCIÓN CARDIOVASCULAR EN LA OFICINA DE FARMACIA.** SEVILLA
26	· **FORMACIÓN SOBRE VACUNAS.** SEVILLA
27	· **FORMACIÓN SOBRE VACUNAS.** ALMERÍA
28	· **FORMACIÓN SOBRE VACUNAS.** GRANADA

DICIEMBRE

3	· **FORMACIÓN HIPERTENSIÓN ARTERIAL.** MÁLAGA
4	· **FORMACIÓN HIPERTENSIÓN ARTERIAL.** GRANADA
12	· **FORMACIÓN FARMACÉUTICA CONTINUADA.** MÁLAGA
25	· **NAVIDAD**
31	· **FIN DE AÑO**

NOTAS

*** Esta información puede sufrir variaciones y añadidos en este periodo. Recibirás más información en nuestras próximas revistas o a través del correo electrónico.**

FullMarks

MARCA Nº1 DEL MERCADO



Nuestra fórmula de tratamiento es la más vendida del mercado:

100% EFICAZ
CONTRA PIOJOS Y LIENDRES
CON LA AYUDA DE LA LENDRERA

5 MINUTOS EN VIVO [2]
3 MINUTOS IN VITRO [3]

NO LLEVA PESTICIDAS

NO HUELE
HACIENDO EL TRATAMIENTO
MÁS AGRADABLE PARA EL NIÑO

+1
SE PUEDE USAR EN NIÑOS
A PARTIR DE 1 AÑO





LÍDERES EN INVERSIÓN TV[4]
GRAN APOYO TV Y DIGITAL DURANTE
LOS MESES ESTACIONALES

Reckitt Benckiser Healthcare S.A. Fecha de elaboración: Marzo 2019

Leer detenidamente el folleto de instrucciones antes de utilizar el producto 1. Mercado Pediculicidas, ventas en valor. Fuente IQVIA Diciembre 2018. Fuente IMS Health. 2. A single site, investigator/evaluator blinded, randomized proof of concept trial comparing pediculicide rinse (50% isopropyl myristrate) and ease rinse 50% isopropyl myristrate with 5% tween 81) for the treatment of human head lice infestations in pediatric and adult subjects. September 2013. 3. Evaluation of the efficacy of one formulation against adult body lice based on ASTM louse-Designation E 938-94. Ensayo in vitro. Feb 2013. 4. Fuente Infoadex 2018.



1/6

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

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

Sin efectos secundarios. Sin contraindicaciones.

Descubre la Cuenta Transparente

Comisiones
0

Retiradas de efectivo a débito
Gratis
en cualquier cajero de España a partir de 90€*

Remuneración
0'10% TIN
Para la parte del saldo que supere los 5.000€**

Transferencias SEPA
Gratis

- Tarjeta de débito gratis
- Pago en cualquier divisa sin comisión
- Seguro gratuito por uso fraudulento de la tarjeta
- Liquidación mensual de intereses

*Para retiradas inferiores a 90€ se repercutirá la comisión del propietario del cajero.
**Ejemplos ilustrativos. 0,08% TAE calculada sobre un ejemplo de 20.000€, en la que remunera 15.000 €. 0,09% TAE calculada sobre un ejemplo de 40.000€, en la que remunera 35.000 €

Contrátala ya en:

901 10 10 15

info@bancofar.es

Bancofar
HEALTH BANKING

bancofar.es