nº11
Edición Andalucía Occidental

bida farmacéutica

PLAN ESTRATÉGICO
El timón que guiará la ruta para Bidafarma.

INHACHECK
Promoviendo desde la farmacia el uso adecuado de inhaladores.

ENTREVISTA A:
Patricio Cisneros
Director general saliente de Bidafarma.
Fernando Pasamón
Socio de estrategia de Monitor Deloitte España.

"HACIA LA FARMACIA DEL FUTURO"

Grupo bida farma

acofar

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

febrero 2020

1 EDITORIAL página 3

2 ENTREVISTA páginas 4 - 5

3 PLAN ESTRATÉGICO páginas 6-8

4 EVENTOS páginas 9 - 11

5 COMPROMISO BIDAFARMA páginas 12-14

6 ¿QUÉ PASA EN NUESTRAS FARMACIAS? páginas 15-19

7 CON LA FIRMA DE... páginas 22-23

8 HABLAMOS DE... páginas 26-27

9 FORMACIÓN páginas 28-29

10 ALGO QUE CONTAR páginas 30-32

11 ASOCIACIONES DE PACIENTES páginas 33-35

12 RSC páginas 36-37

13 UNYCOP páginas 38-39

14 BIDAJOVEN páginas 40-43

15 NUESTRA ACTIVIDAD páginas 44-45

16 CATEGORÍAS: FARMAPREMIUM Y VETERINARIA páginas 46-51

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,
Ignacio Pérez Ortiz.

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

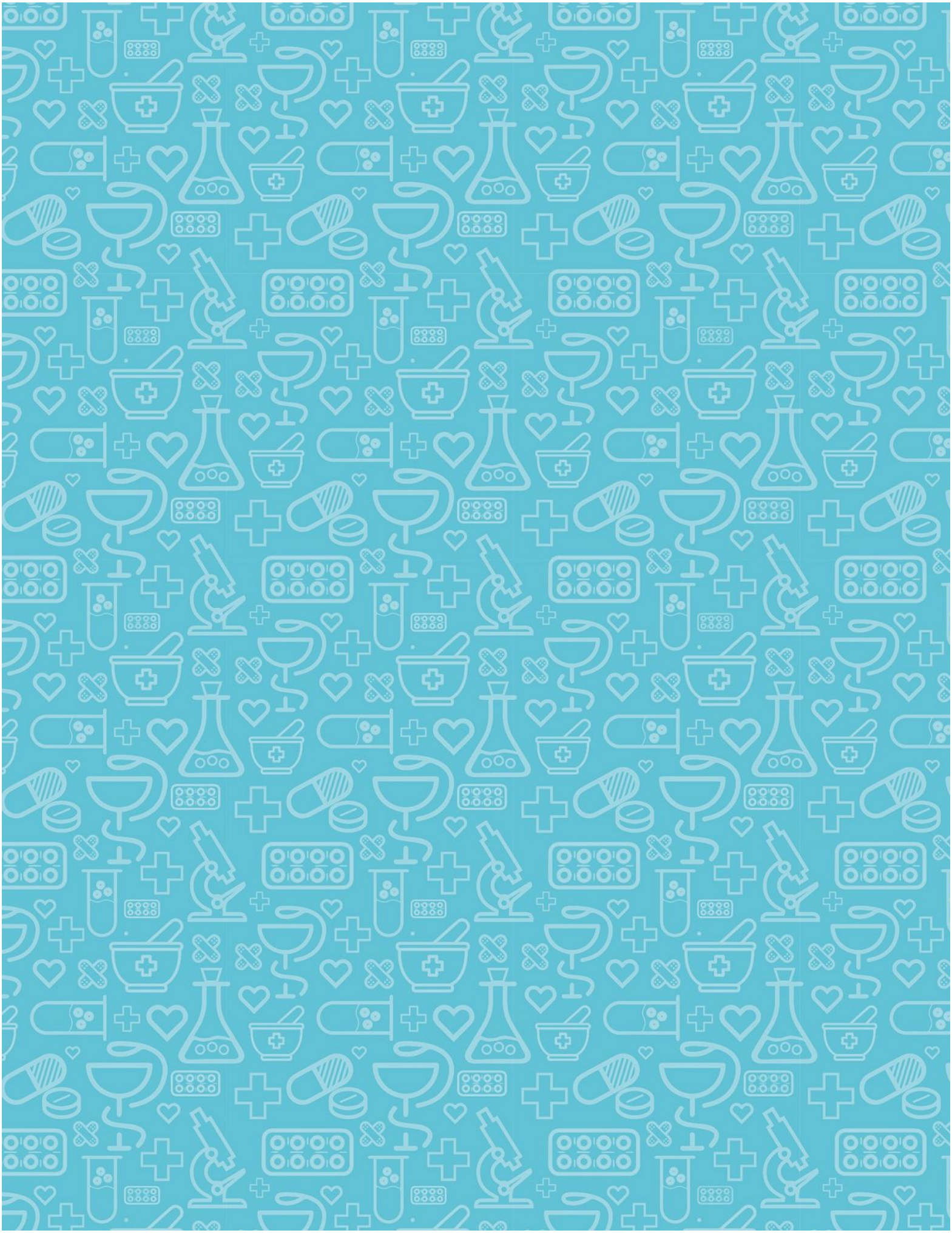
Diseño y maquetación
Sara Romero Ortega.

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 ESTRATEGIA DE BIDAFARMA

Con el cierre del año natural que acabamos de culminar, el itinerario de Bidafarma hacia su horizonte de servicio a la farmacia del siglo XXI supera un hito simbólico importante: la resolución de la fase operativa del proceso de integración, delicado y complejo, que ha dado origen a nuestro gran proyecto de distribución liderado por y para los farmacéuticos. Sabemos dónde vamos y a qué velocidad queremos ir. Para llevar a la práctica el desarrollo de la cooperativa en todas sus dimensiones, es imprescindible contar con los recursos y directrices adecuados. Durante buena parte de 2019, Bidafarma ha compaginado la respuesta eficiente a las demandas y necesidades cotidianas de sus socios con la atención a los procesos e inercias de fondo que fluyen en su estructura profunda. La existencia de esos vectores que marcan el rumbo determinante de organizaciones como la nuestra, que poseen una potencia y un tamaño de cierta relevancia, requiere que se presten especiales cuidados a la estructura de la compañía y a su despliegue en la realidad: el mecanismo de Bidafarma debe funcionar como el de un reloj de precisión y todas las piezas de la maquinaria, por muy diferentes que sean respecto a otras (la diversidad es una riqueza, no un problema) deben encontrar su acomodo natural y su función más eficiente. Dotar de sentido a esas fuerzas internas es imprescindible. Para ello, Bidafarma se ha dotado de un Plan Estratégico; una herramienta de orientación anclada en objetivos y acciones que ha sido concebida con una inequívoca vocación práctica. Esto es importante: porque el proceso de integración de nuestra cooperativa debe culminar de la manera más perfecta posible y en el plazo previsto. Este deseo no es un capricho ni una ocurrencia: es un requerimiento moral al que Bidafarma debe responder ante sus socios, sus clientes, sus proveedores y su entorno institucional y social. Queremos ser grandes para ser más fuertes y queremos utilizar esa fuerza con valentía y ponderación, siempre al servicio de la farmacia y solo de la farmacia. El Plan Estratégico prevé la adecuación de nuestras estructuras y metas a las necesidades reales de la farmacia, tanto en sus dimensiones como en sus funciones y orientación. De manera mesurada, jerarquizada y planificada. Secuenciando objetivos en el corto, medio y largo plazo. Mirando a nuestro entorno, interpelando a quienes comparten con nosotros una realidad global y multipolar para converger todos en un territorio común: el cuidado de la salud de nuestros pacientes y el servicio a la sociedad.

ENTREVISTA A PATRICIO CISNEROS

Director general saliente Bidafarma.

1. Usted ha liderado el equipo que ha llevado a buen puerto la 1ª fase de la integración de Bidafarma. ¿Podemos afirmar que ha finalizado la fase operativa de la integración?

Efectivamente. Esta primera etapa ha servido para consolidar el proyecto que comenzamos hace ya tres años. Durante este tiempo, todo el equipo de Bidafarma ha trabajado de forma comprometida, aunando esfuerzos para conseguir una cooperativa fuerte, solvente e innovadora, sin dejar de atender a nuestros socios y ofreciéndoles siempre la máxima calidad en el servicio.

2. ¿Cuáles han sido los principales retos que han marcado el trabajo de integración durante estos tres años?

Estos tres años han servido para analizar y rediseñar todos nuestros procesos y estructuras generadas por las sinergias previstas en el proceso de fusión. Siendo uno de los principales retos el de integrar informáticamente todos los almacenes bajo el mismo sistema de gestión empresarial, como es SAP en el caso de Bidafarma. De esta forma, podemos garantizar la seguridad de nuestra infraestructura informática y mejorar la eficiencia en los procesos.

> **“El equipo de Bidafarma ha trabajado de forma comprometida, aunando esfuerzos para conseguir una cooperativa fuerte, solvente e innovadora,**

El otro reto principal, ha sido la optimización de la red de almacenes, que garantiza al socio un servicio más cercano. En estos tres años 12 almacenes han sido cerrados, y hemos abierto 2 nuevos en Huelva y Vigo, por lo que la actual red de almacenes de Bidafarma cuenta con 29 centros, que dan servicio a más de 10.000 farmacias en todo el territorio en el que operamos.

3. Finaliza su responsabilidad en el cargo como director general pero, ¿queda ligado de alguna manera a Bidafarma?

Personalmente, siempre estaré ligado de una forma u otra a Bidafarma tras estos intensos años de trabajo, pues la cooperativa ha supuesto una parte muy importante de mi vida profesional y personal.

Tras finalizar mi etapa como director general, entraré a formar parte como asesor del Consejo Rector, en la que aportaré mi experiencia y visión en las decisiones que estimen oportunas.

4. ¿Podemos decir que el Plan Estratégico es un legado que deja el equipo saliente a Bidafarma? ¿Cuáles son los puntos clave del Plan Estratégico?

El Plan Estratégico es la guía para que el equipo humano de Bidafarma, lleve a la cooperativa a ser líder del mercado, sin olvidar que debe ser la mejor aliada de la farmacia, de las instituciones y de los pacientes.

Desde el Plan Estratégico se trabajará por seguir asegurando la accesibilidad a la cooperativa de cualquier farmacéutico, sin atender a criterios económicos ni demográficos. Fomentaremos la cercanía ya existente con el socio, ayudándoles con un servicio excelente en la gestión diaria de sus farmacias, y ofreceremos servicios innovadores y novedosos. Por último, seremos un instrumento para defender los intereses y objetivos de los socios y de nuestro modelo farmacéutico.

> **“Bidafarma deberá mantener y fortalecer más si cabe, su compromiso con la defensa de nuestro modelo farmacéutico y de distribución cooperativista.**

5. ¿Cómo ve el futuro para Bidafarma, y por tanto, para la farmacia?

Bidafarma deberá mantener y fortalecer más si cabe, su compromiso con la defensa de nuestro modelo farmacéutico y de distribución cooperativista, dotando a la farmacia de todas aquellas herramientas necesarias para convertir la profesión farmacéutica en un agente más dentro del sistema sanitario.

En cuanto a la farmacia, su futuro pasa por la transformación digital, tanto en suministro de medicamentos y productos sanitarios, como en la prestación de servicios asistenciales a los pacientes. Desde la cooperativa apoyamos a nuestros socios en este complejo proceso, desarrollando herramientas y ofreciendo servicios innovadores, potenciando de esta forma la labor asistencial de la farmacia.

PLAN ESTRATÉGICO:
EL TIMÓN QUE GUIARÁ LA RUTA PARA BIDAFARMA.

Con el inicio del proceso de fusión, comenzaba una primera fase de trabajo para Bidafarma marcada por la integración de cada uno de los almacenes bajo un mismo sistema informático que permitiera unificar la información y los procesos. Esta primera fase, más operativa, finalizó en noviembre de 2019 con las últimas integraciones de las cooperativas de Castilla y León, cerrando un circuito marcado por un gran trabajo de todo el personal de la cooperativa, y sin duda alguna, con un gran apoyo de todos nuestros socios, factores ambos que fueron claves en el éxito de todas las integraciones.

Bidafarma, de la mano de las mejores empresas de Consultoría Estratégica y de Implantación de Procesos de evaluación de HR, ha marcado una segunda fase en este ambicioso proceso: la fase de estrategia, desarrollando un Plan Estratégico que impulsará a una nueva revolución a la cooperativa en el medio y largo plazo.

Los 5 pilares fundamentales
sobre los que se basa la estrategia que nos permitirá seguir siendo el mejor aliado de la farmacia son:

1. Cercanía:

Nuestro compromiso debe ser mantener una relación próxima al socio en todos los puntos de contacto, basada en la accesibilidad y la confianza. Con Consejos asesores como elemento de cercanía y relación con el socio.

3. Innovación:

Ofrecer productos y servicios diferenciales y novedosos, que anticipen y lideren las tendencias, mediante un amplio útil portfolio que pueda ofrecerse a la totalidad de socios, sin excepciones.

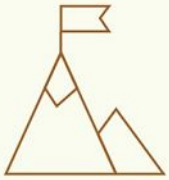
2. Excelencia en el servicio:

Prestar a los socios un servicio de calidad y referente en el mercado, con el objetivo de ayudar a la gestión diaria de cada farmacia. La respuesta al socio ha de ser rápida y con la máxima eficacia.

• ¿Por qué?

Porque era necesario ver la realidad exterior, y extrapolarla a la farmacia, como herramienta de valor añadido de un futuro cada vez más próximo, y basar así los fundamentos de nuestra estrategia de empresa en la lógica y en las nuevas demandas del mercado, sin perder los atributos que nos identifican como los mejores aliados de la farmacia, de las instituciones y de los pacientes.

• ¿Cómo?



Apoyándonos y capturando plenamente el potencial de nuestros empleados, desarrollando las áreas de mejora individuales de la plantilla de Bidafarma, para adaptarlos a esta nueva etapa, donde los requerimientos de talento serán absolutamente necesarios. Como consecuencia, se ha diseñado una nueva organización capaz de implementar adecuadamente este plan estratégico que intentará posicionarnos como líderes del sector.

• ¿Cúando?

Este Plan Estratégico tiene un horizonte de aplicación de 3 años, comprendiendo el período de 2020/2022, poniéndose en marcha a partir de enero de este año.

4. Empoderamiento:

Que Bidafarma pueda ser el instrumento para la defensa de los intereses y alcance de objetivos de todos los socios, del modelo de farmacia español, y de la filosofía de trabajo de nuestras farmacias en todos los foros.

5. Universalidad:

Asegurar la accesibilidad de la cooperativa y sus servicios a cualquier farmacéutico. Desarrollar alianzas con todos los agentes del sector, para el desarrollo conjunto de nuevos productos y soluciones.

> La aspiración de Bidafarma es ser el socio de referencia para el farmacéutico y la farmacia.

ENTREVISTA A FERNANDO PASAMÓN

Socio de estrategia de Monitor Deloitte España.

1. ¿Era este el momento adecuado para abordar el Plan Estratégico? ¿Estaba Bidafarma en el grado de madurez óptimo para ello? ¿Por qué?

Era el momento oportuno por el éxito de Bidafarma en la integración operativa de las cooperativas, por los retos a los que se enfrenta el sector farmacéutico, y por el rol de la oficina de farmacia y del farmacéutico en el sector a futuro. En este contexto, para Bidafarma, como actor relevante del sector, era el momento óptimo para lanzar el proceso de reflexión estratégica para capturar el pleno potencial de la integración y sentar las bases para el futuro.

2. El objetivo de Bidafarma es reforzar a la Oficina de Farmacia como agente de salud, ¿cómo entronca el Plan Estratégico con este objetivo?

Perfectamente. La aspiración de Bidafarma que surge del Plan Estratégico es ser el socio de referencia para el farmacéutico y la farmacia para su desarrollo como elementos críticos e imprescindibles para el paciente y el sector sanitario. Es lo que llamamos la Estrella Polar de Bidafarma y pone en el centro de la razón de ser de Bidafarma la defensa y fortalecimiento del rol del farmacéutico y de la oficina de farmacia como agentes de salud.

3. Bidafarma posee unas señas de identidad muy marcadas. Somos cooperativa, somos farmacia. ¿Este Plan podría modificar la identidad de Bidafarma de cara a las relaciones con su entorno institucional, empresarial y social?

El Plan Estratégico apuesta por las señas de identidad de Bidafarma: cooperativa y farmacia, y tiene como objetivo reforzar el posicionamiento de liderazgo de Bidafarma como distribuidora farmacéutica y como instrumento para el desarrollo del farmacéutico y de la oficina de farmacia. En relación al entorno de Bidafarma, el Plan Estratégico considera fortalecer aún más las relaciones con el sector y el desarrollo de alianzas estratégicas para hacer frente a los retos a futuro de la oficina de farmacia derivados de las dinámicas de consumo y disrupciones tecnológicas.

4. ¿Cuáles serían los principales hitos que van a marcar el período de vigencia del Plan Estratégico?

El Plan Estratégico contempla tres grandes bloques de iniciativas: Reforzar las bases actuales de Bidafarma, construir la plataforma a futuro e impulsar las relaciones y alianzas de Bidafarma con su entorno.

Para el farmacéutico y la oficina de farmacia, el Plan Estratégico hace una apuesta muy clara por la cercanía con el socio, la excelencia en el servicio, la innovación en producto y servicio, y por la defensa de sus intereses y la accesibilidad a la cooperativa y a sus servicios a todos los farmacéuticos.

Sevilla
22 CONGRESO NACIONAL FARMACÉUTICO
15 - 17 SEP 2020
Consejo General de Colegios Farmacéuticos

2020 EL AÑO DE LA FARMACIA ESPAÑOLA

España acogerá la 80 edición del Congreso Mundial de Farmacia y Ciencias Farmacéuticas Organizada por la Federación Internacional Farmacéutica (FIP).

Comienza un nuevo año, en el que nuestro modelo farmacéutico, ejemplo para muchos países del mundo, se pondrá en el epicentro de la farmacia mundial, ya que Sevilla acogerá del 13 al 17 de septiembre de 2020 el 80 Congreso Mundial de Farmacia y Ciencias Farmacéuticas de 2020 organizado por la Federación Internacional Farmacéutica (FIP). Bajo el lema "La revolución digital: impacto en la farmacia y en la asistencia sanitaria", más de 3.000 farmacéuticos de todo el mundo que debatirán en torno al medicamento y el futuro de la Farmacia, tratando temas como el desarrollo profesional y la aportación de los farmacéuticos en países en vías de desarrollo, la innovación tecnológica y asistencial de la farmacia, la importancia del autocuidado, la promoción de la salud y la prevención de la enfermedad, entre otros.

> **Una vez más, la farmacia española será ejemplo para el resto del mundo.**

Además, coincidiendo con esta cita internacional y simultáneamente, el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos celebrará del 15 al 17 de septiembre en la capital hispalense el 22º Congreso Nacional Farmacéutico. Este encuentro que reunirá a más de 2.000 farmacéuticos se convertirá en el escaparate perfecto para mostrar a todo el mundo las innovaciones y los diferentes proyectos profesionales que desde la farmacia española se están desarrollando para mejorar la labor asistencial desde diferentes campos profesionales.

Más de 150 asistentes acudieron a la presentación

BIDAFARMA PROMUEVE EL USO CORRECTO DE INHALADORES DESDE LA OFICINA DE FARMACIA

Bidafarma, coincidiendo con el Día Mundial de la EPOC, presentó el pasado miércoles 20 de noviembre Inhacheck, una herramienta de acompañamiento a la dispensación de inhaladores en la oficina de farmacia, que cuenta con el soporte científico de la Sociedad Española de Farmacia Familiar y Comunitaria (SEFAC). La presentación celebrada en el Acuario de Sevilla corrió a cargo de Antonio Pérez Ostos, presidente de Bidafarma; Amalia García-Delgado, presidenta de SEFAC Andalucía; Concha Ramos, gerente de Proyectos Sanitarios de Bidafarma; y José Antonio Martínez, farmacéutico comunitario y socio de SEFAC.

En España, alrededor de 6 millones de pacientes utilizan al menos 1 inhalador y entre el 50-80% de estos pacientes, lo hacen de forma inadecuada, provocando falta de adherencia al tratamiento ya que no consiguen el resultado terapéutico esperado.

Con el objetivo de fomentar desde la oficina de farmacia un uso correcto de los inhaladores, Bidafarma pone a disposición de todos sus socios Inhacheck.

inhacheck

Uso de Inhacheck

Las farmacias contarán con un dispositivo para medir el flujo de inspiración, que junto a los datos aportados por un breve cuestionario, permitirá al farmacéutico conocer y evaluar los hábitos de uso del inhalador por el paciente. Este procedimiento se repetirá tres veces en un periodo comprendido de 21 días, en el que se debe haber conseguido que el paciente haya aprendido a usar su inhalador correctamente. En caso contrario, el farmacéutico deberá derivar al paciente al médico para proponer un cambio de medicación. Todas las pruebas serán registradas en la plataforma Prevención es Bida, con el fin de conocer y estudiar los resultados obtenidos de la intervención del farmacéutico en el uso correcto de los inhaladores.

Bidafarma apuesta por el desarrollo de la Farmacia Asistencial

Durante la presentación, Antonio Pérez Ostos, ha destacado que "uno de los objetivos de la cooperativa es ayudar al desarrollo de la Farmacia Asistencial, ya que el farmacéutico debe involucrarse cada vez más en la asistencia a los pacientes y por eso, tendrá que trabajar con otros profesionales sanitarios, siempre buscando el beneficio de sus pacientes. En el caso de Inhacheck, el médico prescribe y el farmacéutico se compromete con el buen uso de los medicamentos".

> **Uno de los objetivos de Bidafarma es ayudar al desarrollo de la Farmacia Asistencial.**

LA FACETA SOLIDARIA DE LA FARMACIA

Bidafarma nació con el compromiso de generar valor compartido con la sociedad. A consecuencia de ello y gracias a la solidaridad de nuestros socios, Bidafarma ha colaborado con diferentes instituciones a través de la II Convocatoria de Ayudas de Innovación Social.

Colaboraciones con Asociaciones de pacientes

Como entidad que desarrolla su actividad en el ámbito de la salud, una de las líneas de actuación en la que estamos centrando todos nuestros esfuerzos es mejorar la atención sanitaria y la calidad de vida de las personas. Por ello, desde Bidafarma estamos llevando a cabo un intenso trabajo de colaboración y apoyo con las asociaciones de pacientes mediante labores de concienciación y sensibilización como en la realización de jornadas técnicas y de formación para visibilizar el papel del farmacéutico en el abordaje de aquellas patologías con más prevalencia en la sociedad.
Entre las asociaciones con las que Bidafarma ha colaborado a lo largo del año 2019 se encuentran, la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER), la Federación Andaluza de Parkinson (FANDEP), Federación Española de Diabetes o la Federación Española de Daño Cerebral Adquirido (FEDACE).

Fundación Baobab

Se trata de una fundación dedicada a la cooperación que tiene como objetivo poner en marcha iniciativas de apoyo y ayuda al desarrollo a través de proyectos y acciones solidarias en países del África occidental, principalmente en Togo, uno de los países más pobres del planeta. La fundación Baobad actúa principalmente en los ámbitos de la infancia, la educación y la ganadería. La colaboración de Bidafarma con esta fundación se materializa a través de becas ofrecidas a estudiantes de farmacia en Togo para que realicen sus estudios en la Universidad de Lomé. Bidafarma también colabora en el acondicionamiento de aulas para el desarrollo de clases y otras actividades.

fundación baobab
de cooperación y ayuda al desarrollo

Asociación Paul Venezuela

Gestiona proyectos de cooperación entre España y Venezuela para impactar positivamente en el área de la salud, la dotación de material médico, insumos e instrumentos básicos a centros de salud y atención médica primaria.
Actualmente, las acciones de la Asociación Paúl Venezuela se orientan dando prioridad máxima al acceso a medicamentos familias y pacientes venezolanos que batallan contra todo tipo de patologías, pero que no tienen la posibilidad de hallar ni adquirir los tratamientos de rigor. Gracias a la ayuda prestada por Bidafarma en el marco de la convocatoria de los Proyectos de Innovación social en el año 2019 se lograron llevar hasta Venezuela, en apenas siete meses, un total de 870 kilos de ayuda humanitaria que impactaron positivamente en unas 1150 personas atendidas por los equipos voluntarios de la ONG en centros hospitalarios, hogares de cuidados y casas de familia.

PAUL VENEZUELA
ASOCIACIÓN CIVIL
EUROPA

Farmacéuticos sin Fronteras

Constituye una entidad de referencia dentro del sector farmacéutico en el campo de la cooperación al desarrollo y la gestión de donaciones de medicamentos en los países que sufren la pobreza, y en España, en el campo de la acción social, y la formación de farmacéuticos para el desarrollo.
Bidafarma tiene suscrito un Convenio de Colaboración mediante el cual cedemos espacio en el almacén de Sevilla para custodiar las donaciones que realizan a los países de destino. Así mismo hemos establecido un protocolo para la recaudación de fondos de las farmacias, en situaciones de emergencia como ocurrió en Haití, Nepal y últimamente en Mozambique. Esta ONG también ha sido beneficiaria de las ayudas otorgadas por Bidafarma en el marco de la Convocatoria de los Proyectos de Innovación Social.

FARMACÉUTICOS SIN FRONTERAS
ESPAÑA
LAONGDELFARMACÉUTICO

Fundación Adecco

Su principal objetivo es la inserción en el mercado laboral de aquellas personas que, por sus características personales, encuentran más dificultades a la hora de encontrar un puesto de trabajo: hombres y mujeres de +45 años, personas con discapacidad y mujeres con cargas familiares no compartidas o víctimas de violencia de género.
En 2019, Bidafarma se ha adherido al proyecto social "Empleo para todos", que la Fundación Adecco desarrolla para facilitar el acceso al mercado laboral de las personas que tienen algún tipo de discapacidad. De este modo, a lo largo de este año, 50 personas han realizado en nuestros almacenes una formación teórica y práctica para capacitarlos en el oficio de gestión de almacenes de distribución. Bidafarma se ha propuesto como objetivo la contratación de, al menos, un 50% de los beneficiarios de esta formación.

FUNDACIÓN ADECCO

Fundación Tierra de Hombres:

Esta ONG destaca por su labor humanitaria y la defensa de los derechos de los niños actuando en tres niveles: salud materno-infantil, protección de la infancia y crisis humanitarias a través de proyectos de cooperación al desarrollo ejecutados en países de Asia, África y América Latina.
Bidafarma colabora con Tierra de Hombres en el desarrollo del programa sanitario "Viaje hacia la Vida", gracias al cual niños y niñas africanos gravemente enfermos son operados en hospitales públicos y privados españoles y permanecen acompañados, hasta que regresan a su país de origen, por el voluntariado, así como por una familia de acogida seleccionada por la Fundación. Alrededor de 800 niños han sido tratados y ya están de vuelta con sus familias de origen.

Tierra de hombres
Ayuda directa a la infancia desamparada

LA FARMACIA EN EL MUNDO: GRECIA

Grecia fue uno de los países más afectados por la crisis económica mundial de 2008. Como consecuencia de la intervención financiera de la Troika, el modelo farmacéutico se vio obligado a cambiar, pasando del modelo mediterráneo a un modelo más liberalizado. El gasto farmacéutico ha pasado de 5,09 billones de € a 1,94 billones de € en 2016, 2017 y 2018.

En los últimos años, la farmacia se ha visto afectada por numerosos cambios en la legislación vigente:

- **Obligación a los médicos de prescribir por principio activo.**
- **Establecimiento de precios de referencia en genéricos.**
- **Desregulación de horarios de apertura.**
- **Se permite la multipropiedad. En caso de farmacéuticos el número de farmacias bajo su propiedad es ilimitado, mientras que una persona no farmacéutica puede ser dueña de hasta 10 oficinas de farmacia.**
- **Se permite la venta de medicamentos de uso generalista (OTC) y complementos alimenticios fuera del canal farmacéutico (supermercados, grandes superficies).**

Actualmente, Grecia cuenta con 10.300 oficinas de farmacias (2.000 de ellas abrieron tras la liberalización) en las que trabajan 28.000 personas, consiguiendo una ratio de 1.028 habitantes por farmacia. La farmacia griega tiene una facturación anual en torno a los 300.000€ y su mix de productos proviene un 78% de los medicamentos y el 22% restante de la parafarmacia. El margen la facturación por receta se sitúa en un 15,7% y en el caso de superar los 4.000€ de facturación mensuales, el farmacéutico debe devolver un % progresivo escalonado al estado (del 1% al 6,5%).

El mayor problema al que se enfrenta la farmacia griega es el desabastecimiento, que hace que un 25% de los pacientes no encuentren su medicación en su primera visita a la farmacia y que 1 de cada 6 pacientes tenga que esperar una media de dos días para que el farmacéutico pueda dispensarle el medicamento que necesita.

En cuanto a la distribución, el mercado está muy consolidado, atomizado y segmentado regionalmente. Las 5 principales empresas mayoritarias tienen un 24% del mercado. De estas 5 primeras, 3 de ellas son cooperativas. Si analizamos el mercado cooperativista, con 28 almacenes copan un 41% de cuota. Las cooperativas griegas tratan de adoptar un nuevo enfoque: además de servicios de distribución promueven servicios asistenciales desde la farmacia, buscan sinergias con otros actores sanitarios y de mercado, y apuestan por la marca blanca de la farmacia, fijándose el objetivo último de consolidar su cuota de mercado.

Fuente: SECOF
(Sociedad Europea de cooperación farmacéutica)

Nestlé

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

HM-0®

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

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

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

¿QUÉ PASA EN NUESTRAS FARMACIAS?
FARMACIAS QUE HAN APOSTADO POR UNA ESTRATEGIA EN RRSS

Nuestros socios responden:

1. **¿Desde cuándo estás en redes sociales y porqué diste el paso?**
2. **¿Qué aportan las redes sociales a la farmacia? ¿Y al paciente?**
3. **¿Por qué animarías a otros compañeros a que estén en redes sociales?**

Farmacia Velasco.
Valdepeñas (Jaén)

1. Desde el 2012 que abrimos nuestra página de Facebook, nuestro Twitter y posteriormente entramos en Instagram. Dimos el paso porque entendimos que los medios sociales eran una poderosa herramienta para estar cerca de nuestros pacientes y, sobre todo, llegar a más personas, con nuestro consejo y nuestra forma de entender la farmacia actual

2. Nos aportan muchísimo. Son parte indispensable de nuestro día a día. Es un canal de comunicación donde nosotros aportamos nuestro conocimiento, experiencia y mostramos nuestros productos y servicios. Con todo, conseguimos que la gente se enganche a nuestras publicaciones lo que genera más fans, comentarios en RRSS y todo ello genera: fidelización, somos una farmacia transparente y que genera confianza.

Nuevas ventas, la gente se acerca a la farmacia a conocer y comprar productos o servicios que ha visto y nos da visibilidad y nos posiciona en nuestra provincia y en el sector. De hecho, somos referente en el sector farmacéutico dentro del tamaño de nuestra farmacia y sobre todo al tratarse de una farmacia rural.

El paciente está encantado, puesto que es un servicio más y un servicio de información muy útil y con el que además aprenden, es decir, conocen nuestros productos, reciben consejo, leen nuestros artículos del blog y además, cuando publicamos algo divertido que se sale de lo profesional, les entretiene. Luego vienen y nos lo comentan. Las RRSS están en el día a día de la gente y hay que estar ahí con rigor y profesionalidad, pero también dando al cliente contenido, que guste, conecte y enganche. Nuestra comunidad de seguidores no para de crecer.

3. Las razones son muchas y algunas ya están esbozadas en las preguntas anteriores. Yo digo siempre que podemos sacar el mostrador de nuestra botica a la calle y mostrar todo lo que somos y sabemos para llegar con nuestro mensaje a muchísima gente. Además, cuando mostramos nuestro potencial y nuestra capacidad, nos empodera y prestigia frente al paciente y nos diferencia de otras farmacias y sobre todo de otros canales.

Por otra parte, en el mundo digital, cada vez es más frecuente la información poco veraz, los bulos, los influencer que se atreven a recomendar fármacos "porque a mí me va bien". El farmacéutico como profesional más cercano a la población tiene que estar ahí, haciendo su labor y prestigiando a la profesión. Por todo ello, yo animo a los compañeros/as que empiecen y se lancen sin miedo, porque podemos ser referentes en nuestro ámbito. Eso sí, de la mano de profesionales y estudiando el entorno, las posibilidades y sabiendo muy bien qué se quiere comunicar, cómo hacerlo y dónde hacerlo porque no todas las redes sociales son iguales. Cada farmacia es un mundo y tiene su personalidad propia.

¿Por qué no enseñar lo que sabemos hacer cada día con nuestra profesionalidad y cariño? Y ser esa farmacia asistencial, también digital del S.XXI que presta un gran servicio a la población y es fundamental en nuestro sistema sanitario. Ahí dejo la reflexión.

Marian Velasco, Farmacéutica, Nutricionista y Social Media de Farmacia Óptica Velasco.

Facebook: **Farmacia Óptica Velasco**
Twitter: **@FarmaciaVelasco**
Instagram: **@farmaciavelasco**

Farmacia Molés Vinuesa
Granada

1. Desde hace dos años. Y di el paso para adaptar la farmacia a las nuevas tecnologías y llegar a gente más joven a la vez que tener un medio gratuito para publicitar la farmacia.

2. Ahora mismo, de momento, poco..., quizás porque no le dedico el tiempo que necesitan. Al paciente alguna información respecto al uso de medicamentos, decálogos, etc. En concreto, en Facebook hay pocas interacciones, aunque si muchas lecturas.

3. Porque es una forma gratis de publicitar la farmacia y atraer a clientes potenciales.

Facebook: **Farmacia Molés Vinuesa**

Farmacia Los Ratones.
Los Palacios y Villafranca (Sevilla)

1. Empecé con la página de Facebook en marzo de 2014 con la apertura de nuestra Farmacia en Los Palacios y Villafranca. Veníamos de una farmacia rural en un pueblo de 800 habitantes y yo entonces estaba en tercero de carrera. Era mi manera de poner un granito de arena al negocio de mi padre.

Hoy en día pasamos muchas horas conectados a las redes sociales y es una forma sencilla de comunicarnos con nuestros clientes/pacientes.

Y muchos de ustedes se preguntarán ¿por qué Farmacia los Ratones? Pues porque es fácil olvidar el nombre del titular para buscar el nombre en Google, Facebook, etc. Pero el nombre del Barrio de Los Ratones no da lugar a confusión.
A principios de este año también creamos un perfil en Instagram, y hemos comprobado que llegamos a más público.

2. Los farmacéuticos como profesionales sanitarios tenemos el deber de velar por la salud de los ciudadanos mediante los consejos, aclarando mitos, explicando alertas sanitarias y debemos ser una barrera fiable ante la desinformación de muchos medios de comunicación.

En definitiva, aportan información útil para mejorar nuestra salud y además información sobre nuestros productos y promociones (no olvidemos que somos una empresa). Son muchos los clientes que conocen nuestros servicios gracias a Facebook e Instagram.

3. A mis compañeros los animaría a hacer esto porque tiene un feedback muy interesante y al final es muy productivo. No hay que dedicarle mucho tiempo y es un valor añadido a la farmacia. Eso sí, si vas a hacerlo, hazlo bien. Da muy mala sensación una página de Facebook con una publicación cada 3 meses y luego 10 en el mismo día.

Facebook: **Farmacia Los Ratones**
Instagram: **@farmacialosratones**

Farmacia María Dolores Gómez Armenteros.
Baños de la Encina (Jaén)

1. La farmacia cuenta con redes sociales propias desde el año 2017. Nos impulsó a ponerlo en marcha el uso que hacíamos de ellas a nivel de usuario. No dimos cuenta de la herramienta tan buena y potente para llegar al público de la farmacia, sobre todo al más joven y a captar nuevos clientes.

2. No vemos que nos aporten mucho, pero sí es una manera económica de hacer publicidad (el coste es el tiempo que inviertes en hacer la entrada). Nos hemos dado cuenta que lo que más le interesa a la gente y más comparten son los contenidos relacionados con acciones locales que afecten al municipio (eventos del pueblo, fiestas, temas deportivos, acciones sociales) y las que menos las promociones de la propia farmacia o información concreta de un producto.

Al paciente le aportan una comunicación profesional que le da consejos, también conocimiento de salud, productos y estar al día de las novedades y avances en el sector.

3. Porque hoy en día es parte necesaria e imprescindible de la interacción con el paciente. No podemos estar fuera. Es una intercomunicación de dentro a fuera y viceversa necesaria. También nos sirve a nosotros para conocer y comunicarnos. No se puede no estar.

Facebook: **Farmacia Baños de la Encina**

Farmacia Pasarela.
Almería

1. Estamos en redes sociales desde la apertura de la farmacia en abril de 2019. Tenemos perfiles en Instagram y Facebook bajo el nombre de @farmapasarela. Nos parece fundamental poder anunciar nuestras novedades, eventos, campañas sanitarias como vacunaciones, etc, y ofrecer consejo farmacéutico a través de estos canales. Nuestra comunidad crece día a día y obtenemos un buen feedback de nuestros seguidores.

2. Las redes sociales dan notoriedad y prestigio a nuestra farmacia. Son un excelente canal de comunicación e información con nuestros usuarios y clientes. Nos permite dan información y aconsejar sobre cómo aplicar cremas, medicamentos, etc. El paciente obtiene una información de manera visual y explicada de forma sencilla. Las redes tienen millones de seguidores en todo el mundo. Aumentar nuestra notoriedad y dar prestigio a la labor de la farmacia y el farmacéutico es una de nuestras principales metas con nuestros perfiles en las redes.

3. Porque abren una interesante ventana al mundo digital. Consigues conectar con pacientes de todas las edades y gustos. Ofreces un plus con más y mejor información sobre nuestro oficio y los servicios que ofrecemos. En definitiva, nos parece fundamental contar con un profesional en Community Management para gestionar las redes, siempre con una estrategia de comunicación que persigue aumentar la comunidad de seguidores de la farmacia y conectar de manera directa con el mundo digital y real. Contratar a una persona para gestionar las redes es una de las mejores decisiones que hemos tomado. Se lo recomendamos a todos nuestros compañeros de profesión.

Facebook: **Farmacia Pasarela**
Instagram: **@farmapasarela**

Dalsy

PREVENIR LA GRIPE ESTÁ EN TUS MANOS

En los meses fríos es frecuente hablar de la gripe. Sin embargo, muchas veces se confunde con el resfriado común. Aunque comparten síntomas similares, es importante saber diferenciarlos.

¿Qué es la gripe?

La gripe surge generalmente en los meses de invierno, entre los meses de noviembre a abril, por lo que en esta época del año debemos estar especialmente atentos.

Se trata de una infección respiratoria causada por el *Virus Influenza*. Este tiene una alta capacidad para la transmisión, por lo que es extremadamente contagioso. También tiene una gran facilidad para producir variaciones en sus antígenos de superficie, que son las proteínas que determinan su poder para infectar. Por eso cada año el virus de la gripe es diferente, y de ahí la necesidad de variar la composición de la vacuna, para que sea realmente efectiva contra el virus.

Causas

El virus de la gripe pertenece a la familia *Orthomyxoviridae*, que está integrada por los géneros Influenzavirus A, Influenzavirus B e Influenzavirus C. **Se contagia a través de gotas diminutas que están infectadas con el virus y que se conocen con el nombre de "gotículas".** Estas gotitas se dispersan cuando una persona que posee la enfermedad tose o estornuda. El virus también puede propagarse a través de las manos u objetos que hayan sido contaminados, por lo que es de vital importancia extremar la higiene.

¿Cuáles son los síntomas de la gripe?

En los niños, lo más habitual es la presencia de fiebre, que puede ser elevada, y que suele estar asociada con tos, dolor de garganta, mucosidad y escalofríos. **Un síntoma que permite identificar la gripe y diferenciarla del resfriado es que produce dolores musculares e incluso fatiga. También puede afectar al sistema digestivo.**

La duración de los síntomas de la gripe va desde 3 días a dos semanas, según la gravedad de cada caso.

Prevención

La principal prevención de la gripe es la vacunación. No debemos olvidarnos de extremar la higiene, ya que los objetos contaminados son la forma más habitual de contagiar la enfermedad. Una correcta higiene de las manos nos ayudará en gran medida a mantenerlos alejados de la gripe.

¿Cómo podemos tratarla?

No existe un tratamiento que elimine la gripe, pero sí podemos disminuir la intensidad de sus síntomas. Cuando nos encontramos en esta situación, la toma de ibuprofeno nos ayudará a disminuir la fiebre y a aliviar el malestar general.

Es importante recordar que los antibióticos no se deben usar cuando tenemos gripe, puesto que estos medicamentos actúan frente a bacterias, y la gripe es producida por un virus.

Fuentes

1. Gripe. – En Familia. Disponible en: https://enfamilia.aeped.es/temas-salud/gripe
2. Gripe- Cuidate Plus. Disponible en: https://cuidateplus.marca.com/enfermedades/infecciosas/gripe.html
3. Gripe- Medline. Disponible en: https://medlineplus.gov/spanish/flu.html

JUNTOS DE NUEVO *para* UNA GRAN MISIÓN

Frente a la **fiebre** y el **dolor**

Dalsy
Ibuprofeno

SIN GLUTEN SIN LACTOSA

SIN GLUTEN SIN LACTOSA SIN SACAROSA

Indicado en niños a **partir de 3 meses***[1,2]

Recomendado para niños de peso **igual o superior a 5 kg**[1,2]

IBU-2019-0041

*Para niños menores de 2 años se realizará siempre por prescripción médica.

1. Ficha técnica de Dalsy 20 mg/ml suspensión oral.
2. Ficha técnica de Dalsy 40 mg/ml suspensión oral.

Mylan
Better Health for a Better World

HACIA UN INFORME PISA PARA LA FARMACIA

Por Alfonso Pedrosa

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es una de las entidades supranacionales más influyentes. Sus informes sobre calidad democrática o sistemas educativos (en especial el del 'Programme for International Student Assessment', PISA) hacen temblar de vez en cuando estructuras políticas y gobiernos. La OCDE también actualiza periódicamente datos y valoraciones sobre el mundo de la salud. El más reciente de estos informes relativo al ámbito sanitario, 'Health at a Glance 2019' incluye un interesantísimo capítulo (en concreto, el décimo) sobre el sector farmacéutico, de más que recomendable lectura para quien quiera hacerse una idea sobre cómo están las cosas en el entorno de las democracias desarrolladas atendiendo al silencio sosegado de los datos, sin ruido ni furia. Sin caer, tampoco, en ese cierto dataísmo tan en boga que niega carta de naturaleza a todo lo que no sea positivamente mensurable.

Es bien sabido que en la farmacia suele haber tantas opiniones como farmacéuticos: ésa es una de las características de la estructura multinodular del modelo organizativo español basado en una farmacia regulada profesional e independiente: cada farmacéutico titular es soberano, aunque sea tantas veces en precario, de su botica. El accidentado viaje de la atomización a la red es, en realidad, precisamente, el relato de la farmacia española de las últimas décadas y la realidad ha impuesto en esa travesía, en muchas ocasiones de manera dolorosa, la preeminencia de los datos sobre las opiniones. De ahí que, en la farmacia española, hoy, una opinión no fundamentada en datos, sino sólo en percepciones, sea una opinión quizá respetable pero lábil. Resbaladiza. En el mejor de los casos, obtusa por ineficaz.

Por no hacer 'spoiler' del informe de marras de la OCDE (fácilmente accesible para cualquiera que tenga a mano una conexión a Internet), baste mencionar una sola referencia: el consumo de medicamentos que se brindan al público fuera del entorno hospitalario. Muy resumidamente, este indicador se despliega en tres datos: gasto en función de su financiación, gasto per cápita y evolución del peso porcentual respecto a los medicamentos hospitalarios. Si se pone el foco en uno de esos datos, quizá el mejor conocido por la mayoría de los farmacéuticos, el del origen financiero del desembolso, se ve que, básicamente, el dinero de los medicamentos de calle, en España, tiene dos procedencias que comparativamente se encuentran en una situación que se aproxima al equilibrio: la financiación pública (58%) y el gasto directo del bolsillo (42%). Esto da qué pensar. Mucho. A favor, por ejemplo, de la responsabilidad efectiva de los pacientes en el cuidado de su propia salud y del panorama de alianzas que se pueden establecer en la farmacia en ese contexto. La inercia cultural de la farmacia española ha llevado siempre a poner un interés preferencial en la financiación pública del medicamento; sin embargo, la realidad actual pide pensar también, al menos con el mismo interés, en el medicamento que, más allá del universo OTC, adquiere el paciente previa prescripción en una decisión que demuestra, a través del desembolso efectivo realizado por razones de búsqueda cualitativa, un compromiso personal.

Asistimos ahora a la confrontación entre potentísimas dinámicas de globalización cultural y económica que van a afectar, están afectando ya, a la farmacia. Las organizaciones supranacionales ejercen, cuando y como pueden, de árbitros en esos encabalgamientos de placas tectónicas que se traducen en ocasiones en incertidumbres. Una herramienta para conjurar esas dudas, esos vacíos de conocimiento, es el estudio de la realidad de un determinado sector. En educación, la OCDE se ha convertido en referencia indubitada en España con sus informes PISA. Es posible que, si las turbulencias internacionales del sector del medicamento se apalancan (guerras comerciales, proteccionismos, desabastecimientos) durante el tiempo suficiente y adquieren un mayor protagonismo en la agenda pública global, acabe por instaurarse en la OCDE algo parecido a un informe PISA para la farmacia.

imagen: Freepik.com

VICKS
VapoRub
PRUEBA EL
PODER DE VAPORUB
EN INHALACIONES
VICKS
VapoRub
Pomada
100 g
Pomada
VapoRub 100g
C.N. 720601.9
Ahora tu VapoRub de siempre
también en FORMATO DE 100g
P&G Global
Pharmacy Solutions
HEALTH | BEAUTY | VITALITY

Grupo bida farma

EDICIÓN ANDALUCÍA OCCIDENTAL

SUMARIO

NAVIDAD EN BIDAFARMA

VI FARMAONUBA

NUEVA HERRAMIENTA: INHACHECK

FIESTAS DE LA PATRONA EN CÓDOBA, HUELVA Y SEVILLA

LA AZOTEA AZUL ES YA UNA REALIDAD

1.500 FARMACIAS COLABORAN CON ANDEX

FORMACIONES DEL TRIMESTRE

VISITAS A NUESTROS ALMACENES

NAVIDAD

EN BIDAFARMA CÓRDOBA, HUELVA Y SEVILLA

Farmacia León Torres C.B.

Córdoba

Uno de los momentos más entrañables para visitar Córdoba es en Navidad, época navideña y de ambiente familiar que se traslada a las calles de la ciudad que se viste con sus mejores galas.

Una de las actividades que hacen que Córdoba sea inolvidable es la visita a los patios, que también abren sus puertas en Navidad.

Además, este año se estrena en Córdoba un Videomapping, que tendrá diferentes pases a lo largo de las fechas navideñas, y un concierto en la tarde de Nochebuena, denominado Tardebuena, que pretende que se convierta en tradición. Al mismo tiempo, se ha inaugurado un túnel de luz situado en la Avenida de Cruz Conde con más de 200 metros de longitud y 13 metros de altura convirtiéndose así Córdoba en un referente de iluminación navideña.

De igual modo, en Córdoba se pueden realizar numerosas actividades en estas fechas como visitar Chiquilandia, lugar donde los niños juegan y pueden divertirse con pasacalles, teatros y juegos populares, acudir a diferentes conciertos de coros, villancicos y zambombás y visitar numerosos belenes benéficos como el Belén municipal.

Farmacia Nievas Reyes Aranda.

No solo en la capital se pude disfrutar de este ambiente Navideño también en diferentes puntos geográficos de la provincia podemos disfrutar de la Navidad: Rute, convertido en el pueblo de la Navidad con sus anisados, mantecados y dulces de Navidad; Lucena, con su poblado navideño de La Plaza Nueva, Puente Genil, donde Iluminaciones Ximénez que visten las calles de Nueva York y las ciudades más importantes del mundo estrenan en su ciudad natal las mejores iluminaciones navideñas, Montilla que realizan numerosas excursiones y visitas a sus bodegas, etc.

Así que tanto si vas a hacer una escapada o si vienes por más tiempo ¿tienes un plan mejor que disfrutar de todo el encanto y de la magia andaluza en una de sus ciudades por excelencia?

¿Se te ocurre algo mejor que saborear la gastronomía cordobesa o recorrer las calles de su casco histórico? Ven a conocernos.

Farmacia García Collado.

Farmacia Inés Gómez Serrano.

Farmacia Rocío Saniger.

Huelva

Llega la Navidad, y con ello el mes de diciembre en Huelva llega lleno de eventos y tradiciones para que los niños y los no tan niños puedan disfrutar de esta época tan especial.

En Huelva capital, como en toda capital de provincia, es típico el mercado navideño que se coloca en la plaza de las monjas, y disfrutar de un paseo comiendo castañas asadas mientras ves el espectáculo de luces que se hace en el centro de la ciudad. Pasear por el centro en esta fecha es sentir la navidad.

Si vienes a Huelva en Navidad no puedes dejar de visitar el Belén viviente de Beas, uno de los más antiguos de España y además Beas es uno de los pueblos donde mayor proporción de farmacéuticos hay, y este año cumple su Belén cumple su 50 aniversario; pero no es el único Belén viviente que se hace en la provincia, también son muy populares el de Corrales, Punta del Moral, Higuera de la sierra, Galaroza o Alájar.

El día de la cabalgata de reyes es también un día muy especial, y si encima vas a Higuera de la Sierra la vivirás de una manera diferente, porque hacen una representación de la Navidad y el nacimiento en su cabalgata. O si quieres ver como los reyes llegan en barco, Punta Umbría es un buen destino, ya que no solo llegan en embarcación, sino que después recorren el pueblo montados en una cabalgata llena de color.

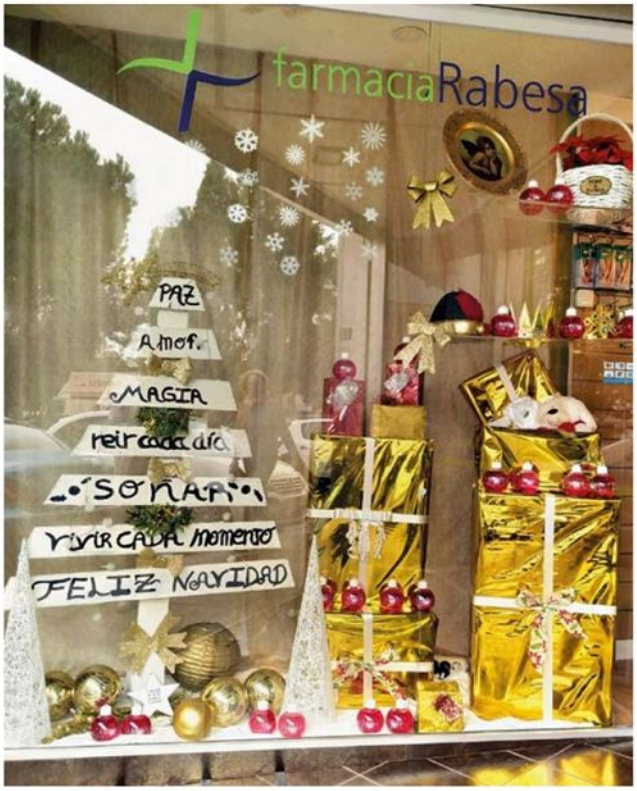
Nuestras farmacias se visten de Navidad con sus escaparates y regalitos navideños, en alguna farmacia de la provincia sus Majestades los Reyes Magos de Oriente hacen acto de presencia para regalar juguetes a los niños del pueblo, en otros pueblos son los titulares de nuestras boticas los que hacen de reyes por un día...

Sin duda, estamos en época más bonita del año.

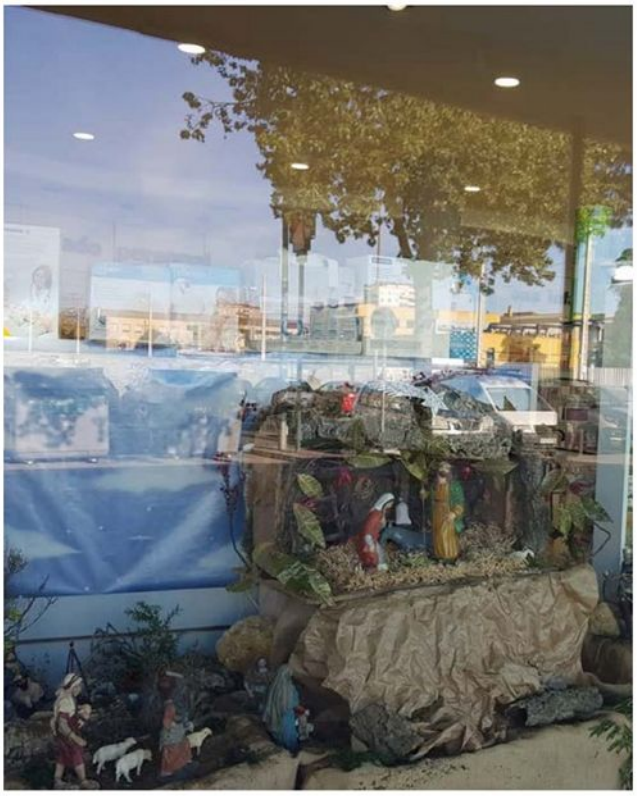
Farmacia Inés Gómez Serrano.

Farmacia Vidavaz C. B.

Farmacia Benítez Romero C. B.



Farmacia Mercedes Gómez Lacasa.



Farmacia San Pablo.

Sevilla

Entrados en el último mes del año, diciembre siempre es diferente en Sevilla. Por qué? Por sus belenes, la iluminación de sus calles, sus puestos y mercadillos, los mantecados que se producen en la provincia y los dulces propios de los conventos. Todo un invita a disfrutar de un ultimo de mes del año cargados de ilusión y esperanza. Un mes para recapitular todo lo realizado durante el año y cargados de nuevos propósitos para la entrada del año siguiente.

Sevilla en diciembre es diferente, se prepara y engalana para la Navidad. Las calles se llenan de vecinos, turistas y familias para disfrutar de una de las épocas del año que más entusiasmo despierta entre los pequeños. La Navidad.

¿Qué os recomendamos si os acercáis estas fechas por la ciudad?

Una visita por los diferentes tipos de belenes que se reparten por la ciudad, desde el ayuntamiento, la catedral, el del Hospital de San Juan de Dios, Cajasol...y sobretodo no te puedes ir sin visitar la feria del Belén, junto al Archivo de Indias.

Si eres de los que busca más actividad, puedes patinar sobre hielo o montar en una noria. O si prefieres alguno de los múltiples espectáculos que se celebran, pásate por el teatro de la Maestranza o por FIBES.

¿Todo acaba aquí? No. Vuestras farmacias no se quedan atrás y os dejamos ejemplos de cómo vivís esta época tan especial.

Farmacia Marisa Aguilera Ibáñez.

Farmacia Esther Lope Monasterio.

Farmacia Mercedes Escalante Fernández Palacios.

Farmacia de la calle Feria.

Farmacia Machuca Molina.

VI FARMAONUBA

El pasado 30 de octubre en la Casa Colón de Huelva tuvo lugar la jornada de Farmaonuba, este año en un marco especial por ser el año del centenario del colegio farmacéutico de Huelva.

Se centró en el lema 'El papel del farmacéutico en la atención integral al usuario', y como se percibe la labor de nuestra profesión desde distintos puntos de vista.

Se organizaron varias mesas redondas donde representantes de la Consejería de Salud y Familias, sociedades científicas sanitarias o colectivos de pacientes y usuarios, nos exponían sus puntos de vista sobre la profesión.

Como broche final, Julio Zarco, profesor de la Universidad Complutense de Madrid y presidente de la Fundación Humans, dio una conferencia de clausura titulada "El farmacéutico del futuro como elemento de la humanización".

Bidafarma estuvo presente en la jornada con el patrocinio de la primera mesa y en la zona de exposiciones con el montaje de un stand, donde se pudieron conocer de primera mano los proyectos sanitarios enfocados directamente a mejorar la salud de los pacientes desde la atención farmacéutica.

El lema de este año fue 'El papel del farmacéutico en la atención integral al usuario'.

cofh
Ilustre Colegio Oficial de Farmacéuticos de Huelva
FARMAONUBA 2019

cofh
Ilustre Colegio Oficial de Farmacéuticos de Huelva

FARMAONUBA 20
El papel del Farmacéutico en la
atención integral al usuario

bida
farma
Atención
Farmacéutica,
la clave
de la
farmacia
de hoy.

FARMAONUBA
¿Cómo perciben el papel
del farmacéutico desde la
Administración y otros
profesionales sanitarios:
médicos y enfermeros?
bida
farma

INHACHECK

Nuria Muñoz

¿Cuál consideras que es la principal aportación de Inhacheck a las farmacias en general?

Ayuda a pacientes, sobretodo en la mejora de adherencia en terapia inhalatoria.

¿Te parece fácil de implantar en tu farmacia?

Si, es muy útil en la farmacia. Aunque nos parezca que los pacientes conocen su tratamiento y cómo realizarlo, siempre hay que preguntar, y esto es especialmente importante en la terapia inhalatoria. Inhacheck nos permite adiestrar a los pacientes de una forma fácil y didáctica, reforzando el aprendizaje.

Ana Nieto

¿Cuál consideras que es la principal aportación de Inacheck a las farmacias en general?

Concretar el valor añadido del farmacéutico.

¿Te parece fácil de implantar en tu farmacia?

Me parece fácil con personal suficiente.

Teresa Peña Capuz

¿Cuál consideras que es la principal aportación de Inacheck a las farmacias en general?

Con inhacheck nos aseguramos qué hay un buen cumplimiento del tratamiento para comprobar que el medicamento es el adecuado a la patología del paciente, así aumenta la confianza de los pacientes hacia el farmacéutico como profesional de la salud.

¿Te parece fácil de implantar en tu farmacia?

Este servicio requiere tiempo para la toma y el seguimiento de los datos, con lo que se necesita suficiente personal y en nuestro caso lo solventaremos con una mayor organización del tiempo y mucha voluntad.

Farmacia Rojas

¿Cuál consideras que es la principal aportación de Inhacheck a las farmacias en general?

Va a ayudar a dar un mejor servicio al paciente y diferenciarnos de otras farmacias.

¿Te parece fácil de implantar en tu farmacia?

Me gustaría decir que sí pero aún no lo sé, creo que si porque estamos queriendo introducir servicios asistenciales.

Ana, Chiclana

¿Qué consideras que es la principal aportación de Inhacheck a las farmacias en general?

La aportación principal es asistencial. De esta forma podremos conseguir detectar posibles errores en la administración del fármaco y así hacer que sea más eficaz su tratamiento y a la vez enseñar al paciente a usarlo, ya que la mayoría no sabe cómo usarlo pues son complicados de manejar y sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de trata de personas mayores y esto es de vital importancia poder contribuir por parte de la farmacia.

¿Es fácil de implantar en tu farmacia?

El método a seguir es sencillo y no es costoso por lo tanto podría realizarlo cualquier oficina de farmacia que le pueda interesar.

Farmacia Padre Pío

¿Cuál considera que es la principal aportación de Inhacheck a la farmacia?

Facilitar a los farmacéuticos el instruir a los pacientes en el manejo de sus inhaladores, mostrándoles mediante el dispositivo In check dial sus posibles errores en el manejo del dispositivo. En definitiva, aporta valor a nuestra profesión, mediante una dispensación mucho más informada, consiguiendo además fidelizar al paciente.

¿Es fácil de implantar en tu farmacia?

Sí, es cuestión de meterlo en la rutina de la dispensación de inhaladores. Igual que se maneja el tensiómetro para medir presión arterial en el paciente hipertenso, creo que ningún paciente debería salir de la farmacia sin, al menos, haberle dado la oportunidad de ser instruido en el manejo del dispositivo de inhalación que está siendo dispensado.

Antonio Herrero Cilla

¿Cuál consideras que es la principal aportación de Inhacheck a las farmacias en general?

Añadir a la farmacia un servicio más que aportaría un beneficio, inmediato y medible, a un amplio sector de la población. Todo lo que sea aportar conocimiento, dedicación y atención a nuestros pacientes siempre es diferenciador.

¿Te parece fácil de implantar en tu farmacia?

Es fácil de implantar y precisamente por eso debería ser imprescindible en todas las farmacias. Su manejo tan sencillo y practico hace que podamos llegar a toda la población que vive a diario este tipo de mediaciones. Tiene un valor añadido a nuestra labor que el paciente va a percibir *ipso facto*.

En tres palabras:

Bueno: para todos los implicados, tanto los pacientes al saber que su tratamiento lo realizan de manera correcta como para nosotros que seguimos teniendo como valor un punto de referencia en la atención primaria.

Bonito: Es para lo que nos formaron, los pacientes deben vernos como un referente en el asesoramiento, seguimiento y control de su medicación. Su mejora diaria y el éxito de su tratamiento es nuestro mayor agradecimiento.

Barato: La salud y la calidad de vida de nuestros pacientes no tienen precio.

CONOCE TU COOPERATIVA
EL EQUIPO FARMACUENTA

Os presentamos el equipo humano que compone servicios financieros al socio, que engloba Farmacuenta y Oficinas bancarias.

Se trata de personas altamente especializadas y comprometida que velan por los intereses de los socios para que puedan emplear más eficazmente su tiempo en la farmacia.

PACO DURÁN
Responsable Farmacuenta

SILVIA ROMERO
Gerente Servicios Financieros al Socio

SONIA ANGLADA
Gerente Asesoramiento Financiero

RESPONSABLE ASESORAMIENTO FINANCIERO

ALONSO SELFA
Responsable Asesoramiento Financiero Zona Oeste

ALFREDO CASTRO
Responsable Asesoramiento Financiero Zona Este

GLORIA GONZÁLEZ
Asesora Financiera.

M. JOSÉ MÉNDEZ
Asesora Financiera.

BERTA AGUILAR
Asesora Financiera.

SONIA BERNÁLDEZ
Asesora Financiera.

CARMEN FLOREZ
Asesora Financiera.

ALFONSO JARABA
Asesor Financiera.

FRANCISCO MARTÍNEZ
Asesora Financiera.

GEMMA VALLE
Directora Oficina Bancofar

ISABEL NÚÑEZ
Gestora de Banca Personal y Empresas Bancofar

¿Qué es Farmacuenta?

Farmacuenta es una cuenta corriente que todos los socio/as tienen en Bidafarma por el solo hecho de ser socio/as de la Cooperativa.

¿Qué ventajas ofrece Farmacuenta frente a otras cuentas?

Nuestra cuenta corriente ofrece unas ventajas muy significativas y diferenciadoras respecto a cualquier cuenta corriente que podamos encontrar en el mercado. Destacaría principalmente estas:

- No tiene comisiones ni gastos de mantenimiento, todo ello sin vinculaciones de ningún tipo.
- Tiene unos intereses remuneratorios muy interesantes.
- Permite formas de pagos exclusivas, como el PAF (Pago Adelantado por Farmacuenta)
- Y la principal es que, si domicilias tu SOE, podrás disponer del importe del SOE desde el día 1 de cada mes.

Otras ventajas destacables son: transferencias gratuitas, tarjeta Visa gratuita, domiciliaciones de pagos, TPV, depósitos, servicio de alertas...

CUENTA CORRIENTE	Alta remuneración
DEPÓSITOS	Tipos de interés muy interesantes.
TARJETA VISA	Gratuita
TVP	Condiciones preferentes
ANTICIPO DEL SOE	Desde el día 1 de cada mes
P.A.F	Forma de pago exclusiva por Farmacuenta
RECIBOS	Domicilia todos tus pagos sin coste alguno
TRANSFERENCIAS	Transferencias nacionales gratuitas
CLARIDAD	Visión integral de la contabilidad de la farmacia: extractos mensuales, trimestrales, anuales...

¿Cómo puede un socio/a acceder a su Farmacuenta?

Desde la web de Bidafarma, contamos con un apartado específico donde acceder a toda la información de Farmacuenta. Además, no necesitas cambiar de claves para acceder a él. Para preservar tu privacidad, puedes generar unas nuevas claves para tus adjuntos y auxiliares con las cuales no se accede a Farmacuenta.

Otro medio, cada vez más utilizado desde el que manejar Farmacuenta, es nuestra app.

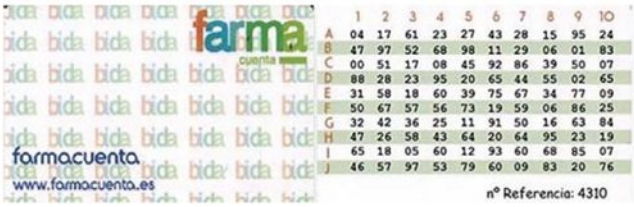
¿Si un socio/a aún no ha trabajado con Farmacuenta cómo puede comenzar a utilizarla? ¿A quién tiene que llamar?

Como decía, la cuenta está operativa desde el momento que el socio/a se da de alta, tan solo debe de disponer de los instrumentos para ingresar efectivo y disponer de él.

Para ingresar contamos con una amplia diversidad de entidades colaboradoras que garantizan una cobertura nacional (Santander, BBVA, Bankinter, Bancofar, CaixaBank, Ibercaja, BBK Bank, Cajamar, Abanca, Caixa Geral, Caja Rural, Unicaja, Global Caja, Global Caja...), podrás encontrarlas en la web Farmacuenta>Consulta Entidades Colaboradoras. Tan solo debes conocer tu código de ingreso e indicarlo en el concepto, este código individual de cada socio/a, lo puedes encontrar en Farmacuenta>Consulta Código de Ingreso.

Otras fuentes de ingresos son el TPV, con unas condiciones muy ventajosas, y la principal, la domiciliación del SOE.

Para disponer de los saldos de Farmacuenta puedes utilizar:
- Tarjeta Visa, gratuita.
- Domiciliaciones de recibos y pago de impuestos, servicio gratuito.
- Pago de tu factura de Bidafarma.
- Transferencias, nacionales gratuitas, debes de solicita una tarjeta de coordenadas para firmarlas.
- Talonario de cheques, gratuito, debemos tener tu firma reconocida.



Para dotarte de los instrumentos necesarios, así como para cualquier cuestión relativa a la operativa de Farmacuenta, puedes ponerte en contacto con tu gestor/a comercial o directamente con el departamento de Farmacuenta en el 954 449 880.

Estas son algunas cifras de Farmacuenta:

5.274 Farmacuentas

38.500 transferencias

1.700 TPV

212 Mill € saldos

100 mil € recibos domiciliados

122 Mil € en depósitos

2.300 Tarjetas visa

Además de la cuenta corriente, ¿Qué otros servicios ofrece Farmacuenta?

Efectivamente, Farmacuenta va mucho más allá, ofrece un importante servicio de Asesoramiento Financiero apoyado con nuestras Oficinas Bancarias.

Bien por iniciativa del socio/a o de nuestros gestores/as comerciales, identificamos situaciones en la que el socio/a necesita conocer cuál es su situación financiera para la toma de decisiones. Por ejemplo, para afrontar una inversión importante como es la compra de un robot, adquisición del local o traslado a uno nuevo...

Otra situación en las que es muy conveniente un buen asesoramiento financiero se produce cuando el socio/a detecta que tiene falta de liquidez, o bien exceso de ella.

En todos estos casos, en Farmacuenta ayudamos al socio/a analizando su situación financiera actual. Utilizamos como herramienta fundamental la Cuenta de Resultados de la Farmacia integrando además las posiciones financieras del socio/a derivadas de su situación familiar o personal (hipoteca de vivienda, préstamos personales...).

De esta forma, somos capaces de determinar la conveniencia o no de acometer las inversiones previstas, o identificar los puntos sobre los que el socio/a puede actuar para reducir costes e incrementar su beneficio. También podemos realizar previsiones según los distintos escenarios que se nos plantee.

Así mismo, si detectamos que la estructura financiera de la farmacia es mejorable, proponemos vías de actuación que le permitan al socio/a acometer la inversión prevista o bien optimizar sus medios de financiación, permitiéndole reducir la carga de intereses o aumentar su liquidez.

Otro servicio muy destacable es el Asesoramiento para la Adquisición de Farmacias. Contamos con una amplia experiencia en este tipo de operaciones, que van desde la compra de una farmacia, a compraventas simultaneas o adquisiciones parciales.

Y para dar solución a todas estas cuestiones, contamos con los productos que nos ofrecen nuestras Oficinas Bancarias.

¿Qué son las Oficinas Bancarias de Farmacuenta y cuál es su función?

Las Oficinas Bancarias son oficinas de bancos ubicadas dentro de Bidafarma que complementan y apoyan los servicios de asesoramiento financiero y de compra de farmacia de Farmacuenta.

Gracias a las Oficinas Bancarias, dotamos a los socio/as de los productos e instrumentos financieros necesarios para el día a día de la farmacia y para afrontar nuevos desafíos. Nuestros socio/as hablan el lenguaje de la farmacia y nosotros lo traducimos al bancario.

Además, gracias a ellas ampliamos la cobertura financiera no solo al socio/a, sino también a familiares y empleados/as, facilitándoles cuentas corrientes con condiciones preferenciales y sin comisiones. Y por supuesto, gestionamos todo tipo de operaciones, desde préstamos personales, hipotecas para compra de vivienda, pólizas de crédito, avales... con condiciones exclusivas.

Solo el año pasado formalizamos más de 100 hipotecas y más de 200 préstamos personales, que sumaron casi 200 millones de euros.

Contamos con un equipo humano altamente cualificado y con mucha experiencia, que sabrá en cada momento dar el enfoque adecuado a las necesidades financieras del socio/a.

Por último, ¿Cómo podemos contactar con Farmacuenta?

Contactar con Farmacuenta es muy sencillo, por teléfono 95 444 98 05 (5 líneas) o por correo electrónico farmacuenta@bidafarma.es y oficinasbancarias@bidafarma.es, a través de tu gestor/a comercial y, por su puesto, directamente conmigo 690 601 174.

Santander

oficinas bancarias

Bancofar HEALTH BANKING

BBVA

bankinter.

FIESTAS DE LA PATRONA
EN BIDAFARMA CÓRDOBA, HUELVA Y SEVILLA

Córdoba

El Colegio Oficial de Farmacéuticos de Córdoba celebró el pasado sábado 30 de noviembre su "Día de la Patrona". Este año, junto con los farmacéuticos colegiados que han cesado este año en el ejercicio profesional, se hizo entrega de las Insignias de Oro a la Comandancia de la Guardia Civil de Córdoba, a la Agrupación Mutual Aseguradora (AMA) y al doctor en Filología inglesa y alemana de la Universidad de Córdoba, Diego Murillo.

Del mismo modo se dio la bienvenida a los 32 nuevos colegiados y se procedió a la entrega del Premio al Estudio otorgado por la Fundación del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Córdoba al mejor expediente académico y que este año recayó en la estudiante de Farmacia de la Universidad de Sevilla, Adriana Moreno.

El acto estuvo presidido por el presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos, Rafael Casaño, en cuya intervención destacó y defendió el papel de los farmacéuticos como "profesionales sanitarios con una excelente formación que les capacita para llevar a efecto actuaciones sanitarias de distinta índole, siempre respetando la normativa vigente, con ánimo de colaboración con otros profesionales sanitarios, con un espíritu de mejora diaria que repercuta en la salud del paciente".

Posterior al acto se procedió a la bendición del Belén de la sede colegial y a su tradicional Comida de Hermandad en las instalaciones del Parador de La Arruzafa.

"Se entregaron las Insignias de Oro a la Comandancia de la Guardia Civil, a la Agrupación Mutual Aseguradora (AMA) y a Diego Murillo.

Huelva

Como cada año, los colegios farmacéuticos celebran las fiestas de nuestra patrona la Inmaculada Concepción con varios actos, este año, en Huelva, dichos actos han tenido lugar el sábado 30 de noviembre.

Comenzaron con una misa en honor a la patrona y un aperitivo posterior en la sede colegial, donde se entregaron los premios del certamen de tarjetas navideñas.

Por la tarde tuvieron lugar los actos centrales en el recién inaugurado salón de acto "Francisco Peinado", en el que se les da la bienvenida a los nuevos colegiados, siendo el colegio de Huelva, uno de los colegios con los colegiados más jóvenes de España, y se entregan las insignias de plata y oro a los colegiados con 25 y 40 años de profesión.

En dicho acto, se hace entrega cada año la máxima distinción del colegio, La Carabela La Pinta en su categoría de Oro, que ha sido otorgada este año a la farmacéutica Marián García, conocida popularmente como `Boticaria García´ por su labor como influencer y divulgadora de contenidos sanitarios de calidad a través de redes sociales y medios de comunicación.

Marián García es doctora en Farmacia y graduada en Nutrición y Óptica, cuenta con más de 140.000 seguidores en Instagram, casi 38.000 en Twitter y tiene un blog con más de dos millones de visitas mensuales y varios libros publicados. Ha dado el salto a la televisión donde trabaja como colaboradora en el programa `Zapeando´ de La Sexta y la radio, donde interviene en un programa en Radio Nacional de España, y en el diario El Mundo.

Jorge García Maestre, presidente del colegio farmacéutico de Huelva ha dicho de ella:

"Boticaria García es hoy día una referencia para la farmacia del presente y el futuro que estamos construyendo desde la profesión, y condensa a la perfección lo que queremos ser: Sus raíces están ligadas a la mejor tradición de rigurosidad y deontología propia de los farmacéuticos como profesionales sanitarios, pero sabe hacer un extraordinario uso de las posibilidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías para trasladar al gran público con el lenguaje de nuestros tiempos la importancia de seguir un correcto consejo sanitario y no confiar algo tan importante como la salud a cualquier información no contrastada o de fuentes difusas que encontremos en Internet".

Para finalizar todos los actos, se realiza una cena con todos los homenajeados y colegiados que deseen asistir.

Dolores Adela Larrey Murillo, farmacéutica de Tomares.

Vista de la sala donde se celebró el acto.

Sevilla

El pasado domingo 24 de noviembre tuvo lugar uno de los actos con motivo de celebración de nuestra patrona, la Inmaculada Concepción.

En esta edición fue nuestra compañera Dolores Adela Larrey Murillo, farmacéutica de Tomares, la encargada de la lectura del pregón que llevó por título `Bendita sea tu pureza` y que despertó la emoción de los asistentes.

Durante el acto también tuvo lugar la imposición de las insignias de Oro y Plata a todos aquellos colegiados que cumplieron cuarenta y veinticinco años, respectivamente, como colegiados.

Las fiestas de la patrona terminaron con una misa el 8 de diciembre en la capilla de los Marineros. A su finalización se le realizó una ofrenda florar a la Inmaculada Concepción.

“

Nuestra compañera Dolores Adela Larrey, farmacéutica de Tomares, leyó el pregón `Bendita sea tu pureza‘, que despertó la emoción de los asistentes.

LA AZOTEA AZUL ES YA UNA REALIDAD

Imagen aérea de la Azotea Azul.

Despierta la ciudad, comienza un día más y desde mi ventana veo el cielo clarear, la tierra volvió a girar, el sol nos viene a dar la luz de la esperanza , la ilusión por lo que vendrá...

¿Quién no ha tenido un hijo, hermano, sobrino, amigo o nieto hospitalizado durante un tiempo? La enfermedad no entiende de edades, de clases, de razas o credos. La enfermedad nos afecta a todos por igual. Y cuando la enfermedad, por su gravedad, implica una estancia en el Hospital, la situación se complica. Más aún si es un niño el enfermo, y mucho más aún si se ve obligado a pasar por el hospital durante un tiempo considerable.

Una sola visita al Hospital Infantil Virgen del Rocío de Sevilla nos permite ver cómo los niños hospitalizados de media o larga estancia tratan de pasar el tiempo. Pasillos con frías luces fluorescentes o habitaciones compartidas son los únicos sitios donde pueden ver a sus familiares o amigos, jugar o entretenerse. Un niño hospitalizado no puede salir a la luz del sol durante su estancia porque no existen zonas adecuadas para ello. Y esto desgraciadamente es realmente complicado en la actualidad, ya que no existe ningún solo espacio al aire libre donde puedan salir a respirar.

Los profesionales de la medicina están unánimemente de acuerdo en que una zona al aire libre, equipada para que los niños hospitalizados puedan jugar o simplemente realizar sus ejercicios de recuperación, acortarían los periodos de hospitalización, además de los efectos positivos sobre el ánimo del niño y sus familiares, y por tanto sobre la enfermedad en sí.

Gracias a la ayuda de miles de personas anónimas que se volcaron con este proyecto, y por supuesto gracias también en parte a vosotros,

nuestros socios de Bidafarma, que quisisteis colaborar poniendo en sus vuestras farmacias más de 200 huchas que han permitido, con vuestro donativo y con lo recaudado en ellas, fondos para este proyecto, consiguiendo un total de 12.087,30 €. Por este motivo, queremos también daros las gracias!!!

No se trató solo de la construcción de un jardín, ni de un espacio abierto de juegos, se trata de una salida al mundo exterior que hace que puedan conectar con su entorno y sus seres queridos a través del juego, porque el juego cura.

¡Y hoy ya es una realidad! Los niños y niñas ingresado en este Hospital pueden disfrutar ya de estas maravillosas instalaciones que seguro le ayudarán a curarse de su enfermedad. Una sonrisa en cada niño es la mejor recompensa que podemos recibir.

¡Gracias a todos por hacerlo posible!

HUCHAS SOLIDARIAS EN LAS FARMACIAS

MÁS DE 1.500 FARMACIAS COLABORAN CON ANDEX

> **El dinero recaudado se destinará directamente al proyecto denominado "PLANTA ZERO".**

Bidafarma se suma a la campaña iniciada por la asociación de padres de niños con cáncer (Andex) con el objetivo de recaudar fondos para la construcción de la Unidad Oncología-Hematológica de adolescentes en el Hospital Virgen del Rocio de Sevilla y que acogerá a pacientes de toda Andalucía.

Dicha colaboración consiste en la distribución de unas huchas solidarias a todas las farmacias socias de las provincias de Sevilla, Córdoba y Huelva. Se trata de la captación de micro donaciones colocando huchas solidarias en los mostradores de las farmacias, de esta forma, los clientes pueden aportar los céntimos que reciben con el cambio de sus compras. Se solicita, por tanto, un reducido esfuerzo individual, pero llegando a un elevado número de personas que sean sensibles a una enfermedad que nos afecta a todos, el cáncer.

Resulta muy importante el compromiso solidario de las farmacias que aceptan tenerla en su mostrador y poder así sensibilizar a su clientela para que hagan sus donativos.

El dinero recaudado gracias al compromiso de las boticas y de sus clientes se destinará directamente al proyecto denominado "PLANTA ZERO". Este proyecto nace de la demanda de los adolescentes con cáncer y sus familias, de contar con un espacio acorde a sus necesidades.

Actualmente, los adolescentes y adultos jóvenes con cáncer son tratados indistintamente tanto en la unidad de oncología de adultos como en la unidad de pediatría del hospital Virgen del Rocío. Por carecer de espacio específico para estas edades, el tipo de tratamiento, el acceso a recursos sociales, a psico oncólogos especializados y otros servicios, dependen exclusivamente de la unidad de oncología en la que sean atendidos.

Una planta de oncohematología para adolescentes supondrá tratamientos específicos para ellos que mejorarán la tasa de supervivencia, siendo este el principal objetivo que se busca con la construcción de esta planta: aumentar la supervivencia de los pacientes.

Esta Unidad estará ubicada en la planta 0 del Hospital Infantil del Virgen del Rocío y será un proyecto pionero en Andalucía, de ahí el nombre de este proyecto "Planta Zero", porque se parte de cero. El coste de esta infraestructura asciende hasta los dos millones de euros. Andex ya lo consiguió en 2002 con la primera unidad oncohematológica pediátrica de Andalucía y en 2013 con la unidad de día pediátrica que ha proporcionado desde entonces una atención especializada a pacientes menores de 15 años.
Las huchas permanecerán en las farmacias hasta finales de febrero, momento en el que se informará a las farmacias de su retirada por los canales habituales de reparto.

Además de estas huchas solidarias, la asociación Andex también pone a disposición de las farmacias que lo soliciten, la venta de unas pulseras solidarias por valor de un euro. Aquellas farmacias interesadas en vender dichas pulseras deberán ponerse en contacto con la asociación ANDEX, a través de la siguiente cuenta de correo electrónico colabora@andex.es.

Bidafarma como cooperativa de distribución farmacéutica que desarrolla su actividad en el ámbito de la salud considera fundamental el apoyo a este tipo de iniciativas y que lideran asociaciones como Andex, con la que venimos colaborando desde hace años.

Desde sus inicios, en el año 1985, esta asociación ha trabajado incansablemente apoyando a las familias que sufren la enfermedad del cáncer en alguno de sus hijos.

Desde Bidafarma apelamos a la solidaridad y a la generosidad de todos para colaborar en esta causa, por lo que desde las páginas de esta revista agradecemos de antemano vuestra colaboración y ayuda.

FORMACIONES DEL TRIMESTRE EN BIDAFARMA

Finalizamos este año 2019 en Bidafarma con numerosas formaciones que han abarcado diferentes campos dentro de nuestro ámbito. Desde la atención farmacéutica, con cursos como "Ayudando en la protección en meningitis frente a SgB y otras vacunas no financiadas" en colaboración con GlaxoSmithKline y nuestro Ilustre Colegio de Farmacéuticos de Córdoba y "Abordaje de la queratosis actínica desde la farmacia" en colaboración con Laboratorios Almirall; hasta la gestión de oficina de farmacia con cursos como "Sostenibilidad y viabilidad en la farmacia. Caso Andalucía" en colaboración con Mylan Pharmaceuticals.

Sevilla

Asistentes al taller de Farmascotas en el Aljarafe.

Asistentes al taller de Farmascotas en Aguadulce.

Asistentes al taller de GUM.

Asistentes al taller de XML en Aguadulce.

Huelva

Asistentes al taller de Pearls en Huelva.

Taller de Huelva.

Asistentes al taller de Salud en Casa.

Asistentes al taller de vacunas de Huelva.

Asistentes al taller de Farmascotas.

Córdoba

Al mismo tiempo, desde Bidafarma Informática, se han realizado formaciones sobre "Albarán electrónico", "Estupefacientes. Devolución electrónica" y "Unycop Marketing" completando así los conocimientos de nuestros socios y facilitándoles la gestión del día a día en la oficina de farmacia.

También se han ofrecido charlas de Salud en Casa sobre "Técnicas de venta de ortopedia en farmacia" para formara nuestros socios acerca de la disponibilidad de ayudas para movilidad.

Además, se ha presentado un nuevo servicio cuyo objetivo es ayudar a la farmacia a consolidar la categoría de veterinaria: "Farmascotas".

Asistentes al taller de albarán electrónico.

Asistentes al taller de Glaxovacunas.

Asistentes al taller de Mylan.

Asistentes al taller de Unycop.

Asistentes al taller de Telederma.

VISITAS A BIDAFARMA

Durante este periodo han sido constantes las muestras de interés para visitar la cooperativa por parte de institutos, universidades, colegios... además de las farmacias socias.

Estas visitas, que se suelen enmarcar dentro del periodo formativo del alumno como formación extracurricular, son muy motivadoras y beneficiosas para completar su formación, formación específica que no es posible en muchos casos impartirla que desde los diferentes centros o universidades.

También nos visitaron en este trimestre los delegados de la industria farmacéutica quedando muy contentos con la visita, tuvieron la oportunidad de conocer el funcionamiento del almacén, así como una aplicación práctica, ampliando su visión del sector, poniendo en valor la importante labor que realiza la distribución farmacéutica en la cadena de suministro del medicamento. La distribución es el eslabón menos conocido en esa cadena, pero sin la intermediación que realizamos en las cooperativas farmacéuticas no sería posible el acceso a todos los medicamentos, y en las mismas condiciones, por parte de la población como así ocurre hoy en día en España.

María José Rico, María Victoria Rico, Soledad Rubio, Lola García y Beatriz Cobos.

Visitas institucionales

Bidafarma muestra a la delegación de economía del ayuntamiento de Sevilla la importante labor que realiza la distribución cooperativa farmacéutica en nuestro país.

El delegado de economía del ayuntamiento de Sevilla, Francisco Javier Páez, acompañado por Isabel Cuadrado, directora general de economía ayuntamiento Sevilla visitaron el pasado mes las instalaciones de Bidafarma en Sevilla donde se encuentra la sede administrativa de la cooperativa. Estuvo acompañado en la visita por el territorial de Andalucía Occidental, Juan Fernández Melo, y el gerente de Sevilla Jesús Fernández.

En esta visita quisieron destacar la solidaridad y la equidad del modelo cooperativo que permite la llegada de los fármacos a todos los municipios españoles independientemente de su ubicación y tamaño y con los máximos estándares de calidad. A lo largo de su visita la comitiva ha podido conocer los distintos servicios que ofrece Bidafarma a las más de 9.000 farmacias, así como el funcionamiento del almacén que es uno de los más avanzados tecnológicamente que existe hoy en España.

También han aprovechado la ocasión para felicitar a la cooperativa por el proceso de fusión llevado a cabo y que ha permitido que Bidafarma sea referente en el sector de la distribución farmacéutica a nivel nacional. Por último, ambas partes han reiterado su compromiso para seguir trabajando juntos desde el respeto y la lealtad institucional en todos aquellos asuntos que afectan a la industria farmacéutica y a la distribución con el objetivo de mejorar la calidad asistencial de los pacientes.

BIDAFARMA RECIBE A LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE FARMACIA DE SEVILLA

Más de 120 alumnos del último curso de Farmacia de la Universidad de Sevilla visitaron nuestras instalaciones el pasado 20 de noviembre.

Como cada año, Bidafarma volvió a abrir sus puertas del almacén de Sevilla para ofrecer a los futuros farmacéuticos una visión en profundidad tanto de nuestras instalaciones como del buen hacer de la empresa. De esta forma pretendemos que los estudiantes puedan hacerse una idea propia sobre las capacidades y peculiaridades con que cuenta una cooperativa de distribución farmacéutica como la nuestra.

La jornada contó con la asistencia de María Álvarez de Sotomayor, decana de la Facultad de Farmacia, Antonio Ramos Carrillo secretario de la facultad, a los que acompañaron Matilde Sánchez Reyes, secretaria de Bidafarma, Juan Fernández Melo, director territorial en Andalucía Occidental, Enrique Ojeda, vocal del Consejo Rector y Jesús Fernández gerente de Sevilla.

Las intervenciones comenzaron de la mano de Matilde Sánchez Reyes que dio la bienvenida a los alumnos y explicó de forma amena y concisa la historia y funciones de la cooperativa, hablando de su misión y de sus principales objetivos. Además hizo hincapié en su estructura organizativa, que favorece un sistema de trabajo eficaz y coordinado.

A continuación, Juan Fernández discurrió, con tono cercano, sobre la inversión tecnológica de Bidafarma, sus principales sistemas integrados y los positivos resultados prácticos que con ellos se obtiene.

Por último, Jesús Fernández tomó la palabra para agradecer la estrecha colaboración de Bidafarma con la Facultad, ya sea impartiendo estas jornadas formativas, como mediante otras contribuciones como becas, prácticas externas, Premio Bidafarma, etc.

Tras las charlas los alumnos tuvieron la oportunidad de visitar, en grupos reducidos, la zona de almacén, presenciando de primera mano el trabajo de los diferentes sistemas mecánicos y de robotización, participando así del proceso de almacenaje y elaboración de pedidos de forma práctica.

Para concluir la jornada, tanto ponentes como asistentes disfrutaron de una distendida charla, ya a modo informal, dentro de las instalaciones de la cooperativa.

Grupo

bida farma

EDICIÓN ANDALUCÍA OCCIDENTAL

Strepsils® Strefen®

Expertos en el cuidado de tu garganta

CN: 802223

CN: 961664

CN: 704906

CN: 675820

Analgésico y antiinflamatorio

*Contiene edulcorantes.

1. Strefen 8,75mg pastillas para chupar sabor miel y limón. Reckitt Benckiser Healthcare S.A. Fecha de elaboración: Diciembre 2019.

LA PROTECCIÓN DE DATOS EN LAS OFICINAS DE FARMACIA

Las oficinas de farmacia son establecimientos que, debido a su naturaleza, **tratan datos personales de salud de sus pacientes de forma recurrente** y son considerados a tales efectos responsables del tratamiento.

Dicha actividad profesional implica que el farmacéutico **deba prestar especial diligencia en la recogida del consentimiento informado** de los pacientes para hacer uso de sus datos así como, al tipo de medidas que deba aplicar para proteger su integridad y confidencialidad.

En este sentido, **cada vez que se dispensa un medicamento a un paciente o se lleva a cabo un seguimiento farmacoterapéutico,** la oficina de farmacia **está tratando datos de carácter personal,** gran parte de ellos considerados de categoría especial (datos de salud). A consecuencia de lo anterior, la oficina de farmacia tiene la obligación de cumplir con las normas vigentes en materia de protección de datos, en concreto, el Reglamento Europeo 216/679 de Protección de Datos (RGPD), de aplicación obligatoria desde el pasado 25 de mayo de 2018 y, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD) que entró en vigor a finales de ese mismo año.

Ante dicho escenario, **la oficina de farmacia debe tomar en cuenta una serie de actuaciones para adaptarse al citado marco legal,** destacando las siguientes:

1.- Análisis de Riesgos

En primer lugar resultará **necesario llevar a cabo un análisis donde se valoren los riesgos que conllevan los tratamientos concretos que se realizan.** A partir del resultado del análisis se elaborará un diagnóstico de la situación así como el plan a seguir para la adopción de las medidas técnicas y organizativas más adecuadas a los efectos de proteger los datos objeto de tratamiento.

2.- Evaluación de Impacto

La oficina de farmacia por su actividad profesional lleva a cabo tratamientos de datos que suponen un alto riesgo para los derechos y libertades de las personas físicas, tales como tratamientos de datos de salud, datos de menores o datos genéticos que requieran de la realización de una evaluación de impacto. Para ello, **la oficina de farmacia deberá llevar a cabo dicha evaluación de impacto de los tratamientos que se puedan ver afectados.**

3.- Contratos de Encargado de Tratamiento

Cuando un tercero trate datos de los cuales la oficina de farmacia es responsable, **ambas partes deberán suscribir un contrato de encargado del tratamiento en los términos del artículo 28 del RGPD.** A modo enunciativo, dicha situación se producirá cuando una oficina de farmacia requiera de los servicios de un tercero para la elaboración de una fórmula magistral o cuando contrate a una empresa informática que le lleve a cabo el mantenimiento de sus sistemas de información.

4.- Consentimiento de los pacientes

El RGPD requiere que el titular de los datos emita un consentimiento libre y explícito al tratamiento de sus datos salvo que otra base legitimadora prevista en el RGPD habilite al farmacéutico para llevarlo a cabo. Conforme lo anterior, se deberá revisar qué tipo de tratamientos requieren de la obtención del consentimiento del paciente o cliente y, en este caso, recabarlo de forma correcta. En cualquier caso, independientemente de la base legitimadora que habilite el tratamiento, **la oficina de farmacia deberá informar en todo momento al titular de los datos sobre su tratamiento en los términos del artículo 13 y 14 del RGPD.**

5.- Derechos del titular de los datos

La oficina de farmacia deberá prever fórmulas para facilitar al interesado el ejercicio de sus derechos, incluidos los mecanismos para solicitar y, en su caso, obtener de forma gratuita, el acceso a sus datos y su rectificación o supresión, así como el ejercicio del derecho de oposición. La oficina de farmacia también deberá proporcionar medios para que las solicitudes se presenten por medios electrónicos, en particular cuando los datos personales se traten por esta vía.

6.- Acuerdos de confidencialidad

Cuando la oficina de farmacia tenga empleados, resulta necesario que éstos suscriban un acuerdo de confidencialidad para evitar que la información a la que tengan acceso, entre esta, los datos personales de los pacientes, sea revelada a personas no autorizadas.

Por último, **será necesario revisar cuando es necesario que la oficina de farmacia designe un Delegado de Protección de Datos (DPD),** en concreto, si esta realiza tratamiento de datos de categoría especial a gran escala. Al respecto, el Considerando 91 del RGPD establece que el tratamiento de datos no debe considerarse a gran escala si lo realiza respecto de datos personales de pacientes un solo médico u otro profesional de la salud como sería el caso de una oficina de farmacia. Por lo que habrá que revisar en cada caso si puede darse un tratamiento a gran escala en la oficina de farmacia que determine la necesidad de nombrar un DPD.

Conforme todo lo anterior, atendiendo al actual marco legal en materia de protección de datos personales, resulta necesario que **la oficina de farmacia revise los tratamientos de datos que lleva a cabo por su actividad profesional y aplique las medidas necesarias para garantizar su debida protección**.

Carme Setó
Responsable IP&IT de Durán-Sindreu

FORMACIÓN ONLINE ESTE 2020

Gracias a Bidafarma y Escuela de Farmacia podrás disfrutar este año de un amplio abanico de posibilidades de formación e-learning.

En el sector farmacéutico surgen nuevas necesidades a nivel de atención primaria y atención en mostrador, de las que el farmacéutico y su equipo son el canal más cotidiano y accesible. Sabemos que hay temáticas de salud que, por su prevalencia o por su carácter epidémico son objeto de atención en el mostrador y esta atención tiene que ser acertada y ágil.

Desde la farmacia, también surgen necesidades relacionadas con la gestión de la oficina de farmacia, marketing, venta y consejo farmacéutico, y todo lo relacionado con el equipo humano de la farmacia.

Por todo ello, Bidafarma junto a Escuela de Farmacia pone a disposición de sus socios un abanico de posibilidades en cuanto a formación e-learning. Somos conscientes de la demanda de este tipo de formación, ya que esta modalidad es la elegida por muchos profesionales sanitarios que por diferentes motivos no pueden acceder a una formación presencial, ya sea por motivo de desplazamiento o por falta de tiempo.

Una formación dirigida a todo el personal: Titulares, Adjuntos y Técnicos de Farmacia. **A todos los tamaños y tipos de farmacias; ciudad y rural,** con cualquier facturación, ya que puede ser realizada cuando quieras donde quieras, desde cualquier dispositivo y sin dependencias horarias o de tutorización.

La modalidad e-learning tiene la ventaja de adaptarse individualmente a cada particularidad del personal de la oficina de farmacia, pudiéndose distribuir el tiempo en la forma más deseable.

Junto a Escuela de Farmacia hemos diseñado un plan de formación e-learning a medida del farmacéutico y su equipo. Partiendo de las demandas que llegan desde la oficina de farmacia, hemos elaborado dicho plan para atender fielmente a dichas demandas en formación.

Este plan de formación e-learning, forma parte de un plan de formación para el 2020, que estará disponible para el socio, y del que se puede beneficiar tanto el titular como su equipo.

> **“La formación online permite que el personal de la farmacia se forme donde y cuando quiera.**

1 ¿QUIERES MEJORAR LA FORMACIÓN DE TU EQUIPO Y AUMENTAR LAS VENTAS?

2 CON BIDAFARMA Y ESCUELA DE FARMACIA PUEDES CONSEGUIR ESE OBJETIVO

Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

FORMACIÓN 100% BONIFICADA

3 NO PIERDAS LA OPORTUNIDAD. UTILIZA TUS CRÉDITOS DEL 2020

Y APÚNTATE ANTES DEL 29 DE FEBRERO

4

PLAZAS LIMITADAS

5 ELIGE CURSO

- Casos prácticos de venta consejo
- Patologías menores
- Escaparatismo y plan de MKT
- Dermocosmética especializada
- Categoría natural
- Inglés básico

DURACIÓN: DEL 10 DE MARZO AL 30 DE ABRIL DE 2020

6 ¡INFÓRMATE!

marian@escueladefarmacia.es
91 757 84 26 / 682 739 298

bida farma

EDF escuela de farmacia
Una experiencia de Formación

Antonio García Condado es un farmacéutico nacido en Madridejos (Toledo). Desde el 15 de diciembre es titular de una oficina de farmacia en Urda (Toledo).

En el año 72 realizó 3 meses de prácticas de Instrucción Premilitar Superior en el hospital antituberculoso del Generalísimo en Guadarrama (Madrid) obteniendo la graduación de alférez farmacéutico. Además, ha realizado el curso de Inspector Farmacéutico Municipal.

Su amor por la Farmacia siempre ha sido su principal dedicación, pero también se dedica a la agricultura y enología, la cual le apasiona, ayudado por los conocimientos que la carrera de Farmacia le aportó y también por haber nacido en una familia de bodegueros.

Antonio está casado y tiene tres hijos, la más pequeña Claudia es estudiante de farmacia en la universidad Concordia en Wisconsin EE. UU., quien aspira a sucederle en la oficina de farmacia que ahora dirige. Junto a Claudia viajó a África en 2017 para realizar trabajos de cooperación. Tras su vuelta, entre ambos fundaron la ONG "Helpin Otherss", llevando a cabo numerosos proyectos para dotar de recursos en las zonas donde operan.

ENTREVISTA A

ANTONIO GARCÍA CONDADO

Un farmacéutico solidario

1º ¿Cómo es el día a día de una farmacia en un municipio de menos de 3.000 habitantes?

El día a día de una farmacia en un municipio de menos de 3000 habitantes discurre no de forma monótona como podría entenderse. Cada día, cada hora, es un incidente, cada paciente con su particularidad, uno "no tengo la tarjeta", bueno dime tu nombre. Otro, "no aparece tu medicación en receta electrónica" bueno espera que consulto a tu médico. Esto, te hace solucionar no solamente problemas sanitarios, sino administrativos, incluso familiares; es lo que da la grandeza a una farmacia del pequeño pueblo donde todos nos conocemos y somos una gran familia. Esta es una particularidad de las farmacias de pueblos pequeños, que creo que no ocurre en farmacias de ciudades donde todo es más impersonal.

2º ¿Cuál considera que es el papel del farmacéutico en municipios como el suyo?

El papel del farmacéutico en un municipio como el mío, nos implica en dar charlas a la población sobre las materias sanitarias que conocemos, como la higiene e higiene alimentaria, bromatología, toxicología, micología etc. Charlas que promovidas por nuestro Colegio hemos dado con la colaboración del ayuntamiento.

No solo el papel sanitario es el único, aunque si el más importante, hay veces que sin buscarlo y con la confianza vertida en nosotros nos convertimos en psicólogos, y asesores familiares.

> **"En nuestra farmacia, todos nos conocemos, somos como una gran familia.**

3º Además de farmacéutico, ha fundado la ONG "Helpin Otherss", ¿qué le llevó a hacerlo?

Hace ya tres años mi hija Claudia, futura farmacéutica, decidió a sus 15 años ser cooperante en Ghana con la ONG, "Yes We Help", su madre y yo nos opusimos en principio, pero la tozudez de ella nos venció y después de informarnos decidimos dar el permiso a tan noble actitud.

Había quedado tan comprometida con su compromiso en Ghana que al año siguiente y ya deteriorada su ONG del año anterior decide ir sola, pero me pide que la acompañe, a lo cual en principio me niego, pero de nuevo su tozudez me venció y ya ese año éramos dos los "enganchados". Es entonces cuando nace "Helping Otherss", viendo las necesidades que este pueblo, Bolgatanga, en la zona más septentrional del país y la región más deprimida que Ghana tiene. Al año siguiente, más de lo mismo y esta vez ya somos cuatro, nos acompaña mi otra hija Amaranta y otro amigo Jaime, los cuales quedan igualmente comprometidos para el siguiente año.

4º Cuéntenos la actividad que desarrolla la ONG

La actividad que desarrolla "Helping Otherss" es variada porque las necesidades son innumerables, aunque atendemos las más urgentes y casi siempre implicados en la sanidad.

En los dos años últimos, hemos hecho dos pozos de 70 m de profundidad proporcionando

agua potable a dos poblados: Bongo Feo Konkua próximo a la frontera con Burquina Faso, de donde se abastecían de agua potable con cubos en la cabeza desde algunos kilómetros, otro poblado, Tongo, donde además de agua potable les sirvió para criar su maíz de subsistencia y hortalizas.

Entre nuestra actividad, hemos salvado del desahucio a 31 niños del hospital que por no poder pagar la medicación eran expulsados y llevados a sus casas sin curación. Vestido con ropa nueva a 22 niños de un orfanato en Tongo y amueblado con 22 sillas y mesas de las que carecían. Hemos llevado material escolar a niños de las escuelas. Además, cada año, llevamos dos maletas de 22 kg de medicamentos comprimidos (me refiero a la compresión de los blisters sin cartones para ocupar menos espacio) y depositados en el Hospital de Bolga.

Hemos estado organizando las especialidades de la farmacia del hospital por grupos farmacéuticos y paliando el caos en que se encontraba a nuestra llegada.

En años anteriores no pudimos hacer un pozo en el hospital que recibe aproximadamente 1000 personas diarias, sin agua corriente, porque sus aguas sucias discurren por cunetas sin soterrar y la contaminación era inevitable además de existir cerca "La Morga" (cementerio de cadáveres del hospital) este año es nuestro objetivo. También estamos tratando de contratar un contenedor para transportar mobiliario escolar donado por el colegio "Santo Tomas" de Ciudad Real a Bolga.

Todo supeditado a la recaudación que "Helpin Otherss" hace a través de cenas benéficas, rifas y subastas de artículos donados, venta de complementos y bisutería hechos por Claudia y su madre, y donativos de amigos y empresas como Bidafarma.

5º ¿Encuentra similitudes entre la labor del farmacéutico con la labor solidaria que realiza? ¿Aplica su experiencia como voluntario en su día a día?

La relación del farmacéutico con sus pacientes no es solamente sanitaria, aunque si la principal, la que se podría tomar como obligada por nuestra profesión, pero no es la única. El farmacéutico con oficina de farmacia y sobre todo en zona rural, donde la población está muy envejecida, por el trato muy frecuente en nuestra botica y la confianza depositada en nosotros nos convertimos en solidarios de sus problemas que siempre intentamos solucionar, unos de tipo administrativo incluso con la propia receta a veces mal confeccionada, el visado que no llega a tiempo o el sistema informático que se cae, y no tenemos más opción que quedarnos al descubierto al anteponer la salud de nuestro paciente a las posibles irregularidades que podamos cometer; otros de tipo económico, "apúntame, ya te lo pagaré"... ; otras veces incluso asesoramos en problemas familiares actuando como verdaderos psicólogos agradeciendo también su sinceridad depositada en nosotros. Los farmacéuticos rurales, nos implicamos incondicionalmente en causas o intereses ajenos a veces en situaciones comprometidas o difíciles con nuestros pacientes y por eso digo que el farmacéutico rural ejerce en el día a día la solidaridad casi sin darse cuenta, y por esto los pacientes agradecidos valoran muy positivamente la farmacia en el medio rural.

6º Bidafarma mantiene un fuerte compromiso en las comunidades donde opera de Responsabilidad Social Corporativa, fruto de ello, desde su creación, ha puesto en marcha las Convocatorias de Proyectos de Innovación Social. ¿Qué opina de la labor solidaria de la distribución?

BIDAFARMA, como distribuidora con su Convocatoria de Proyectos de Innovación Social, cumple con su compromiso de solidaridad social, como no podía ser de otra forma al ser un eslabón más de la farmacia.

BIDAFARMA AL LADO DE LOS PACIENTES CON PARKINSON

Nueva jornada formativa en Sevilla.

Casi 200 personas de todas las asociaciones andaluzas de pacientes de Parkinson acudieron el pasado día 19 de noviembre a la jornada formativa Parkinson-Farmacia, celebrada en Sevilla y organizada por la Federación Andaluza de Enfermos de Parkinson (FANDEP) y Bidafarma, con la colaboración del CACOF y la Consejería de Salud y Familias de la Junta de Andalucía.

Esta jornada forma parte de los encuentros que se vienen celebrando fruto del acuerdo de colaboración entre Bidafarma y la Federación Española de Parkinson y que tienen como objetivo informar a pacientes, familiares y personas cuidadoras sobre la enfermedad desde el punto de vista del farmacéutico, ofreciendo, no solo un enfoque informativo sobre los rasgos generales de la patología, sino también sobre la importancia de la adherencia al tratamiento para la mejora de la calidad de vida de estas personas.

La jornada fue inaugurada oficialmente por Carmen Giráldez, presidenta de FANDEP, Antonio Mingorance, presidente del CACOF y Catalina García, viceconsejera de Salud y Familias de la Junta de Andalucía, quien reafirmó el compromiso del gobierno andaluz con todas aquellas iniciativas que supongan empoderar a los pacientes y a los profesionales sanitarios. En este sentido destacó a la farmacia como "el espacio asistencial más próximo a los pacientes para en este caso, recibir información de primera mano sobre el tratamiento y los cuidados de la enfermedad del Parkinson".

El papel del farmacéutico en la atención de la enfermedad fue por tanto el eje principal de la jornada, cuya ponencia ¿Qué puede hacer el farmacéutico comunitario por las personas con párkinson? fue impartida por Alberto Virués, farmacéutico y secretario general del Colegio de Farmacéuticos de Cádiz. A lo largo de cuarenta minutos de exposición desgranó cómo desde la farmacia pueden cubrirse ciertas necesidades de estos pacientes desde el seguimiento farmacoterapéutico, adherencia, detección, prevención, así como recomendaciones para favorecer la evolución del paciente y mejorar su nivel de independencia.

> **"La farmacia es el espacio asistencial más próximo a los pacientes para en este caso, recibir información de primera mano sobre el tratamiento y los cuidados de la enfermedad del Parkinson.**

La jornada concluyó con un pequeño coloquio con los asistentes donde pudieron expresar sus dudas u opiniones al respecto.

Esta jornada es una muestra más del compromiso de Bidafarma con los pacientes y de la apuesta por un modelo de colaboración multidisciplinar para impulsar el conocimiento y manejo de la enfermedad con el foco puesto en las personas que padecen párkinson, y en la necesaria continuidad asistencial.

LA JORNADA FORMATIVA DIABETES-FARMACIA LLEGA A BURGOS

Bidafarma y la Asociación de Diabéticos de Burgos organizaron el pasado 10 de octubre en Burgos una jornada formativa en la que se abordó la diabetes como enfermedad y el papel de la farmacia asistencial para las personas que la padecen.

La inauguración de la jornada corrió a cargo de la Consejera de Sanidad de la Junta de Castilla y León, Verónica Casado, quien alabó esta iniciativa por unir «la diabetes, un problema de salud pública de primer orden en nuestro país, y un agente de salud de extraordinaria importancia, que son las farmacias». Así mismo, ha destacado que «desde la farmacia se pueden realizar intervenciones que van desde la asesoría a los pacientes, consejo en el manejo adecuado de los fármacos, ayuda en la transición asistencial y, de manera muy importante, en la conciliación de los tratamientos farmacológicos, por ejemplo, para evitar la redundancia en los tratamientos o evaluar interacciones. El acceso que tiene el farmacéutico al tratamiento terapéutico completo, le permite analizar si el plan es correcto, si es adecuado y trabajar por la seguridad de los pacientes».

El presidente del Consejo de Colegios Profesionales de Farmacéuticos de Castilla y León (Concyl), Carlos Treceño, trasladó la hoja de ruta marcada por el convenio firmado con la Federación de Asociaciones de Diabetes de Castilla y León (FADCYL) para el desarrollo de acciones conjuntas que permitan mejorar la calidad de la asistencia que se ofrece a los pacientes con diabetes en las oficinas de Farmacia. «Son fortalezas de la farmacia asistencial, y serán las 4 líneas de actuación: la educación sanitaria, la detección precoz, el seguimiento de los tratamientos y la seguridad de los fármacos».

Por su parte, el presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Burgos, Miguel López de Abechuco, remarcó que «la coordinación y el diálogo entre todos los profesionales sanitarios y las Asociaciones de pacientes es la mejor manera de mejorar la salud de nuestra sociedad, optimizar nuestros recursos y garantizar así la sostenibilidad del sistema». También destacó el compromiso del COF por «la formación continua, la actualización de conocimientos y la implicación en campañas de sensibilización y detección precoz como la "Semana de la Diabetes", en torno al Día Mundial de la Diabetes».

La presidenta de la Asociación de Diabéticos de Burgos (ASDIBUR), Cristina Llorente, destacó algunas de las características que «afectan a la calidad de vida y a la consecución de objetivos de control de la diabetes: alta prevalencia, elevado infradiagnóstico, baja adherencia al tratamiento, educación diabetológica insuficiente y altísimo grado de participación y responsabilidad por parte del paciente en la toma de decisiones que afectan al manejo de su enfermedad». Por otro lado, reiteró que «los pacientes pueden aportar muchas herramientas a los profesionales sanitarios y que una mayor participación de las Asociaciones de Pacientes en la elaboración de planes, estrategias, guías y protocolos, sería muy beneficiosa para el sistema sanitario».

Asimismo, el consejero de Bidafarma en Castilla y León, Jesús Ángel Ruiz, agradeció a todas las autoridades su presencia y apoyo a este tipo de jornadas que la cooperativa está impulsando, con el objetivo de «colaborar con las Administraciones públicas y las Asociaciones de pacientes, para poner en marcha nuevas iniciativas y servicios sanitarios que nos permitan visibilizar las necesidades del paciente, pero sobre todo, contribuir desde la farmacia a mejorar su calidad asistencial».

Esta jornada, junto con las que se han venido realizando en otros lugares de España, forma parte del compromiso adquirido por Bidafarma y la Federación Española de Diabetes (FEDE) a través del convenio de colaboración suscrito entre ambas instituciones.

BIDAFARMA PRESENTE EN EL

XVII CONGRESO ANUAL DE LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERSONAS CON DIABETES DE EXTREMADURA

La Federación de Asociaciones de Personas con Diabetes de Extremadura (FADEX) **celebró el pasado 16 de noviembre, en la localidad de Fuente del Maestre, la decimoséptima edición de su congreso anual** donde participaron más de 250 personas provenientes de varios puntos de la comunidad. Bidafarma, en el marco del convenio de colaboración firmado con la Federación Española de Diabetes, también quiso estar presente en este congreso que suponía el acto central de un intenso programa de actividades con motivo de la celebración de la semana de la diabetes.

En este sentido, Bidafarma estuvo representada por el consejero de la cooperativa en Extremadura, **Pedro Masa** que participó en la inauguración de este evento junto al Consejero de Sanidad y Servicios Sociales de la Junta de Extremadura, **José María Vergeles;** el presidente de la Diputación de Badajoz, **Miguel Ángel Gallardo;** el alcalde de Fuente del Maestre, **Juan Antonio Barrios;** así como el presidente de FADEX, **Antonio Lavado.**

El Consejero de Salud extremeño **puso en valor, en su intervención, el papel de la farmacia comunitaria en el ámbito rural** y destacó la capilaridad de Bidafarma en la región. Por su parte, el consejero de Bidafarma, Pedro Masa explicó el papel tan importante que la farmacia desempeña en el abordaje de la persona con diabetes, colaborando en la información médico- farmacéutica. **Aprovechando la presencia del Consejero de Salud, manifestó también la necesidad de que las administraciones sanitarias cuenten con una mayor presencia de farmacéuticos** en las reuniones de los diferentes sectores sanitarios **para velar por la salud de los pacientes.**

Una vez inaugurado el congreso, empezaron diferentes charlas informativas, entre ellas, las del farmacéutico comunitario y nutricionista, Fermín Jaraiz que habló de cómo el farmacéutico puede ayudar a las personas con diabetes en dos ámbitos especialmente; por un lado, el relacionado con el medicamento, mediante el tratamiento, y seguimiento farmacológico y, por otro lado, de los hábitos de vida, a través de consejos sobre alimentación y medidas higiénico-sanitarias.

A través de la presencia en este tipo de encuentros, **Bidafarma demuestra su compromiso con los pacientes y con la mejora de su calidad de vida porque ellos son en definitiva, la razón de ser de la cooperativa, y de las farmacias.**

III CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOCIAL BIDAFARMA

Bidafarma, como cooperativa farmacéutica que desarrolla su actividad en el ámbito de la salud y **dentro de su estrategia de responsabilidad social corporativa, trabaja con el firme compromiso de contribuir al desarrollo sostenible en las comunidades** donde opera generando impactos positivos mediante la creación de valor compartido con sus grupos de interés. Su compromiso con la creación de valor compartido **va intrínsecamente ligado a su responsabilidad como cooperativa y a los principios que le animan de ahí la voluntad de emprender iniciativas** y actuaciones de manera sistemática para, fomentar de una manera colaborativa, **el desarrollo de modelos de sociedad sostenibles, solidarios y con impacto social**.

En esta línea de actuación es donde se sitúa la **III Convocatoria de Proyectos de Innovación Social, que como objetivo contribuir a buscar soluciones innovadoras a las necesidades sociales** a través de nuevos modelos de colaboración y/o alianzas estratégicas con entidades del tercer sector cuyo fin sea crear valor compartido. Lo que se pretende con esta iniciativa es, pasar del intercambio de valor a la creación conjunta de valor, donde todos los agentes aporten en esa alianza una diversidad de activos tangibles e intangibles (ya sea en forma de capacidad, recursos, habilidades, conocimiento o infraestructura) para la consecución del objetivo deseado.

Ponemos a disposición de estas entidades no sólo nuestra capacidad financiera sino también otras competencias clave como cooperativa dedicada a la distribución de productos farmacéuticos: la capacidad de nuestra red logística de distribución, la intermediación e interlocución tanto con los proveedores (industria farmacéutica) como con nuestros socios (las farmacias) y los canales de comunicación.

A través de la convocatoria de estos **Proyectos de Innovación Social, Bidafarma pretende, por tanto, no sólo financiar sino también divulgar, apoyar y visibilizar proyectos innovadores** orientados preferentemente **a la mejora de la salud y la calidad de vida** de las personas, en especial, la de aquellos colectivos más vulnerables.

Si deseas más información sobre la III Convocatoria de Proyectos de Innovación Social, consulta nuestra página web: www.bidafarma.es.

bida farma

¿Sabías que,

para la facturación mensual

consumimos 1 tonelada de papel

que equivalen a 24 árboles?

Di "No quiero más papel" y aporta tu granito de arena

Te costará 5 minutos hacer algo que tiene beneficios para toda la vida.

Te recordamos las ventajas:

Más cómoda.
La puedes consultar siempre que quieras y desde donde quieras.

Más rápida.
Te informaremos cuando se emita la factura.

Más segura.
Porque solo tú puedes recibir tus datos personales y de consumo en tu correo electrónico.
Y con la misma validez legal que la factura en papel.

Más ecológica.
Porque reduce el uso de papel.

Informa a tu gestor comercial de que no quieres recibir la factura en papel.
Pronto te contaremos qué haremos si te sumas a esta iniciativa

¿Sabías que...
Unycop Win te puede ayudar en la Indicación Farmacéutica?

Muchos pacientes acuden a la farmacia preguntando por la solución más adecuada para un problema de salud concreto. Para facilitar el consejo farmacéutico, Unycop Win cuenta con el módulo de Indicación Farmacéutica, que tiene en cuenta todas las circunstancias del paciente para garantizar la buena práctica profesional.

1 Activación del Servicio:

Mantenimiento – Configuración – Punto de Venta – Dispensación:

☑ Indicación Farmacéutica.

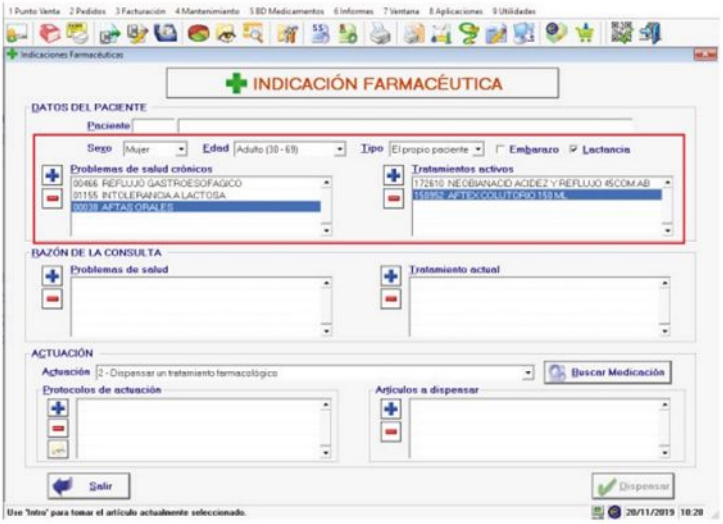
2 Pulsar el Icono Indicación ✚ Farmacéutica en la barra lateral del Punto de Venta.

3 La pantalla "Indicación Farmacéutica" está estructurada en 3 áreas:

- DATOS DEL PACIENTE:

Introducir los datos personales manualmente o a partir de la ficha de un cliente registrado. Seleccionar las características (género, edad, embarazo...) y completar los formularios "Problemas de Salud Crónicos" y "Tratamientos Activos", en función a la información facilitada por el paciente.

Paciente: Mujer de 35 años en periodo de lactancia con reflujo gastroesofágico, intolerancia a la lactosa y aftas orales...



Monográficos
unycop
win

- RAZÓN DE LA CONSULTA:

Seleccionar del listado los problemas de salud que han motivado la consulta y los tratamientos que ha iniciado el paciente para combatirlos.

Problema de salud: acné en tratamiento con Ácido Glicólico.

- ACTUACIÓN:

a) Elegir el tipo de actuación del desplegable.

b) Al marcar la opción "Dispensar un medicamento farmacológico" se activa el botón "Buscar medicación". Al pulsarlo se visualiza una pantalla con los medicamentos dispensables en función a los parámetros fijados.

c) Seleccionar uno o varios medicamentos del listado y pulsar el botón "Dispensar" para pasarlos al Punto de Venta.

Selección: gel de uso tópico y compatible con la lactancia.

Además...

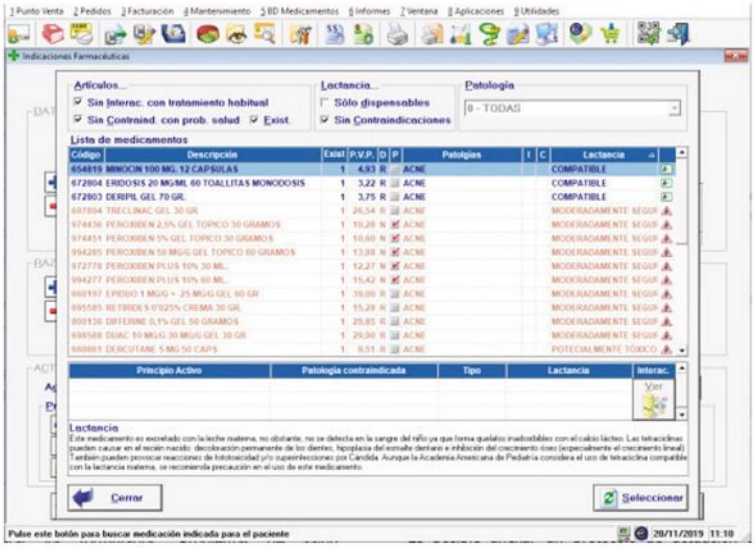
Es posible adjuntar un protocolo de actuación a una indicación concreta.

Nota: Estos protocolos no están incluidos en Unycop Win, siendo responsabilidad de la propia farmacia el obtenerlos.

a)

b)

c)



d)

Para más información consulta con **Bidafarma Informática**

FARMACÉUTICOS DEL FUTURO

Entrevistamos a estudiantes del Grado de Farmacia para conocer cuáles son sus motivaciones, inquietudes y expectativas con respecto a la profesión farmacéutica y sobre la labor que piensan que realizamos desde Bidafarma.

1º ¿Por qué decidiste continuar con la profesión familiar?
2º ¿Qué expectativas tienes de cara al futuro?
3º ¿Cuál crees que es el papel de Bidafarma en la cadena de valor del medicamento?

Alberto De Juana Leiva.

Alumno de 4º curso de Farmacia en la Universidad de Navarra en Pamplona.

1. En primer lugar, siempre me ha atraído el mundo sanitario y farmacia es una carrera multidisciplinar que aborda la salud desde muchos y muy distintos campos que se complementan entre sí, dando una visión integral del medicamento y el paciente. En ella aprendes desde las plantas donde se extraen los principios activos hasta su funcionamiento dentro del organismo pasando previamente por toda la química que supone la extracción, modificación, acondicionamiento y conservación. De este modo se puede entender con gran amplitud y profundidad el apasionante mundo de la salud.

Es una carrera que obliga a estar reciclándose constantemente, por lo que no es fácil caer en la monotonía, siempre hay algo que aprender, mejorar o actualizar.

Por último, siempre he visto a mis padres disfrutar de su profesión y han sabido transmitirme desde muy pequeño sus conocimientos en todas las aéreas relacionadas con la farmacia, por lo que siempre me ha interesado todo lo relacionado con la biología, química, física.... Además, siempre los he visto (quitando el estrés normal de cualquier empleo) disfrutar mucho de su profesión y de realizar un buen trabajo dentro de ella.

2. Ahora mismo no me gustaría ir directamente a las farmacias de mis padres, creo que tengo que aprovechar estos años para seguir formándome. Farmacia es una carrera con muchas salidas, todas son muy interesantes y se puede aprender de cada una de ellas. De cara al futuro me gustaría aprender todo lo posible sobre la mayor cantidad de campos distintos a la oficina de farmacia, aprender sobre administración de empresas y poder aplicar esos conocimientos a las oficinas de mis padres para mejorarlas lo máximo posible en materia técnica y administrativa.

3. Bidafarma es el eslabón entre la industria farmacéutica y la oficina de farmacia, es por tanto, una herramienta importante tanto para el titular como para el resto del equipo. En los últimos años las necesidades del paciente han evolucionado gracias al acceso a internet y redes sociales. Eso hace que el paciente sobreinformado exija una respuesta rápida, precisa y profesional. Bidafarma posibilita una formación integral y continua no solo en lo técnico sino también en la optimización de los recursos económicos y humanos en la oficina de farmacia.

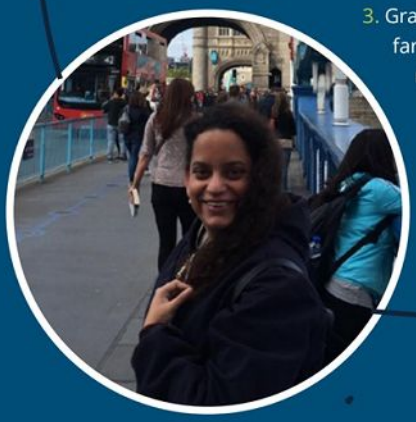
Marina González Laserna

Alumna de 5º curso de Farmacia en la Universidad Alfonso X El Sabio

1. Varias son las razones que hicieron que me interesara estudiar farmacia. La primera fue mi interés por el mundo sanitario y poder continuar con una vocación que desde pequeña viví en mi casa, donde el mundo farmacéutico siempre estuvo presente. Otra razón fundamental en mi elección fue el contar con el apoyo de mis padres y familiares. Y por último el buen ambiente que siempre he recibido en todo el entorno y el agradecimiento y respeto por parte de los pacientes que mi padre atiende.

2. Con respecto a la profesión farmacéutica espero que nunca se pierda el concepto sanitario que es su razón de ser, que los farmacéuticos cada vez asumamos más nuestras funciones como clínicos y que nuestra profesión vuelva a ser un servicio público de interés sanitario, dando más servicios dentro de la oficina de farmacia, con especial atención a la relación médico - farmacéutico - paciente.

Y poder además compaginar esta profesión tan familiar con el mundo de la equitación como plan de futuro.



3. Gracias a cooperativas farmacéuticas como Bidafarma, podemos asegurar nuestras prestaciones; estemos ejerciéndolas en cualquier sitio. El que todos participemos en la distribución de los medicamentos donde hagan falta, asegura el sistema sanitario en su totalidad y hace que todos a través de Bidafarma, cooperemos en el servicio sanitario imprescindible en nuestra sociedad.

Carolina García Álvarez.

Alumna de 2º curso de Farmacia en la Universidad de Santiago de Compostela.

1. Principalmente por vocación. Además de tener la gran ventaja de contar con el apoyo, la experiencia y los consejos de mi madre.

2. Finalizar mis estudios, hacer un máster e iniciar mi vida laboral en una oficina de farmacia.

3. Ofrecer nuevas oportunidades de negocio y contribuir a la mejora del servicio a las farmacias y por lo tanto a la sociedad.

Sergio Martín Martínez

Alumno de 5º curso de Farmacia en la Universidad de Salamanca

1. Me gustaban las ciencias de la salud, y qué mejor manera que seguir los pasos de mi familia. Además, farmacia es una carrera que engloba multitud de campos que me parecen importantes y también tiene numerosas salidas profesionales, tanto en el ámbito público como en el privado.

2. Hasta ahora en lo primero que pienso es en acabar los estudios. Pero preveo un futuro con muy buenas expectativas e ilusión. La verdad que aún no tengo claro qué camino escoger. Por un lado, me gusta mucho la farmacia comunitaria, tener un trato cercano con el paciente, pero por el otro, me encanta la investigación y lo relacionado con la industria farmacéutica.

3. Bidafarma está ejerciendo un papel fundamental en el desarrollo de una farmacia que se adapte a nuestros días. Una farmacia moderna, cercana y eficiente. Aparte de proporcionar la distribución de medicamentos, poco a poco, está acercando a todos los farmacéuticos herramientas que faciliten una gestión mejor de nuestra oficina. Además, la idea de ir añadiendo más cooperativas a este gran grupo, creará un gran círculo del que todos nos podemos ayudar.

UN PLAN ÚNICO para un VERANO DIVERTIDO

Aún faltan 5 meses para el verano, pero ya es época de comenzar a pensar en las opciones de Campamento para nuestros hijos. Un año más, **Bidafarma os acerca por tercer año "BIDA CAMPERS",** los Campamentos que TECS desarrolla y para los cuales ofrece condiciones únicas a los socios Bidafarma.

La experiencia de 2018 y 2019 ha sido excepcional: Experiencias, diversión, aprendizaje, nuevos amigos, en entornos únicos como el Puerto de Santa María, la Sierra de Cádiz y Gredos, y el programa internacional en Gales, desarrollado en las exclusivas instalaciones que TECS posee en Mumbles, Reino Unido.

PLAZO DE INSCRIPCIÓN: A PARTIR DEL 1 DE FEBRERO HASTA AGOTAR PLAZAS.

¿QUÉ OFRECE BIDA CAMPERS?

- **TOTAL ENGLISH IMMERSION PLUS:**
Con metodología comprobadas en los más de 50 años de TECS, adaptadas a todas las edades, niveles, necesidades e intereses de los niños y niñas.

- **INSTALACIONES QUE OFRECEN LAS MEJORES OPCIONES:**
Tanto el Colegio Privado Inglés, en el Puerto de Santa María, The Cottage, La Espuela en el Valle del Tiétar y la residencia de Gales son instalaciones óptimas en recursos formativos y exclusivas en infraestructura recreativa y deportiva totalmente adaptadas, seguras y equipadas para los campamentos, y además, con las mejores comodidades en habitaciones y espacios comunes.

- **SEGMENTACIÓN DE EDAD:**
Abarcando un rango de edad desde los 6 años, hasta los 18, y aún así, tratando cada segmento de edad con adaptaciones en actividades y programas.

- **RATIO DE PERSONAL:**
1 miembro de personal por cada 5 estudiantes. 1 tutor por cada 7 estudiantes. 1 monitor por cada 9 o 10 campistas.

ACTIVIDADES PARA UN VERANO INOLVIDABLE:

MULTIACTIVIDAD:

Atletismo, Ping Pong, Cricket, Bádminton, voleibol, fútbol, juegos de mesa, rugby, waterpolo, béisbol, natación. etc.

TALLERES:

Actividades de fomento de la creatividad, la imaginación, y las habilidades como música, teatro, manualidades, taller de la naturaleza, baile, etc. Conjuntamente, se desarrollan proyectos creativos en función de su edad y nivel de idioma: videos musicales, trashy fashion, revista del campamento, fotografía, etc.

VELADAS:

Todas las noches se realizan veladas festivas para que el alumno participe: baile, disfraces, concursos, etc.

STUDY COUNCIL DAY

En programas como COLLEGE, los alumnos se pondrán de acuerdo para elegir y presentar su proyecto de excursión, que TECS ayudará a poner en práctica.

SURVIVAL DAY:

Actividades de gymkana para la obtención de retos.

EXCURSIONES:

Dependiendo del programa elegido, las opciones pueden ser: Warner Bros (Madrid), Aquópolis, Isla Mágica, Nocturnal Cycling Adventure.

INTERCAMP:

Competiciones con campistas de otros programas (Little y Magic).

PROYECTOS:

Science Club, Fitness Club, Fashion Design, Escape Room, Photography, Leadrship, Just Dance, etc.

ACTIVIDADES ALTERNATIVAS:

Además, existe un abanico de actividades que, si lo deseas, puedes contratar dependiendo del programa elegido:· TENNIS / · ADVENTURE TIME / · HORSE RIDING / ·WATER & FUN.
(Solo WATER & FUN, sin coste para socios Bidafarma)

Para los que buscáis una alternativa en el exterior:
· TECS GALES: En una pequeña mansión en MUMBLES, Gales, Reino Unido, se desarrolla el programa internacional en el cual, 18 campistas se desplazan a esa pequeña localidad y viven una experiencia integral inmersos en un entorno que potenciará aún más su aprendizaje del idioma. Las actividades en la casa van desde Talleres y Veladas, actividades en el propio pueblo, y turismo para conocer nuevos sitios e historia del lugar.

PARA VUESTRA COMODIDAD:

TECS pone a disposición la opción de traslados, sujetos a disponibilidad. Las rutas de traslados se consultan según el programa seleccionado y el sitio de realización. **Los costes de traslado no están incluidos en el programa**

¿CUÁLES SON LOS PROGRAMAS DISPONIBLES?

tecs CAMP PUERTO teens
Edad
13 a 17 años
Lugar
Puerto de Santa María (Cádiz)
Precio Tecs
1525 €
Precio Socios
935 €

tecs CAMP PUERTO kids
Edad
6 a 12 años
Lugar
Puerto de Santa María (Cádiz)
Precio Tecs
1525 €
Precio Socios
935 €

tecs CAMP GREDOS
Edad
7 a 15 años
Lugar
Sierra de Gredos (Ávila)
Precio Tecs
1399 €
Precio Socios
935 €

tecs CAMP MAGIC village
Edad
11 a 14 años
Lugar
Huerta de Dorotea (Sierra de Cádiz)
Precio Tecs
1550 €
Precio Socios
1330 €

tecs CAMP LITTLE village
Edad
14 a 17 años
Lugar
Huerta de Dorotea (Sierra de Cádiz)
Precio Tecs
1820 €
Precio Socios
1390 €

NOVEDAD 2020
tecs CAMP COLLEGE
Edad
16 a 18 años
Lugar
The cottage (Puerto de Santa María)
Precio Tecs
1850 €
Precio Socios
1530 €

WALES TECS Land
Edad
13 a 17 años 1ª quincena
11 a 14 años 2ª quincena
12 a 16 años agosto
Lugar
Mumbles (Gales - Reino Unido)
Precio Tecs
2395€
Precio Socios
2025 €

CELEBRADA LA XII EDICIÓN DE EXPO SERVICIOS EN MÁLAGA

La Terminal de Cruceros del Puerto de Málaga reunió a más de 450 asistentes en la celebración de la XII edición de Expo Servicios. Una vez más, Bidafarma apuesta por acercar a sus socios a la industria farmacéutica, para que conozcan las últimas novedades del sector, intercambiar conocimiento y experiencias con compañeros, y realizar un aprovisionamiento de stock con condiciones ventajosas a través de un recorrido por los 80 stands de laboratorios y servicios complementarios que estuvieron presentes en todo el recinto.

FARMAONUBA: HUELVA PUNTO DE ENCUENTRO DE LA FARMACIA ESPAÑOLA

El Colegio Oficial de Farmacéuticos de Huelva celebró el pasado mes de octubre una nueva edición de Farmaonuba bajo el lema 'El papel del farmacéutico en la atención integral al usuario', poniendo especial énfasis en conocer cómo perciben la labor farmacéutica en ámbitos como el de las administraciones públicas, otras profesiones sanitarias o entre los pacientes. Bidafarma estuvo acompañando a nuestros socios con un stand.

BIDAFARMA PRESENTA SU PRIMER PLAN DE IGUALDAD Y CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Bidafarma ha firmado su primer Plan de Igualdad que tiene como objetivo establecer y desarrollar políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, sin diferenciar directa o indirectamente por razón de sexo; así como impulsar y fomentar medidas para conseguir la equidad en el seno de la organización, estableciendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como un principio estratégico de su política institucional.

5ª JORNADA NACIONAL DERMOFARMACIA: #MASDERMO2019

Acompañamos a los más de 600 farmacéuticos que se dieron cita en Madrid bajo la convocatoria del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos. Por quinto año consecutivo farmacéuticos de todo el ámbito nacional se reunieron en #MasDermo2019

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%	17%	16%	13%	8%	9%	4%	3%	3%	2%
f	15%	18%	18%	14%	9%	11%	3%	3%	2%	1%

f Farmapremium b Bidafarma

Analizamos las categorías más vendidas durante el periodo de Diciembre a nivel farmapremium:
Dietética y herboristería, Salud sexual, Alergias

DIETÉTICA Y HERBORISTERÍA

Complementos	Fitoterapia	Caramelos	Control de peso	Sustitutivos	Varios
61%	18%	9%	5%	4%	2%

Subcategorías

Complementos
- Específicos 83,91%
- Polivitamínicos Com 6,51%
- Polivitamínicos Emb 4,15%
- Jalea Real 3,39%
- Varios 2,03%

Fitoterapia
- Específicos 36,67%
- Tratamiento Sueño 29,56%
- Trastornos Diges.11,41%
- Infusiones 11,22%
- Adelgazantes 7,74%

Control de peso
- Trastornos Diges. 31,26%
- Drenantes 28,92%
- Quemagrasas 22,16%
- Acción Total 12,62%
- Saciantes 3,45%

Sustitutivos
- Barritas 48,9%
- Varios 22,9%
- Batidos 15,9%
- Especialidades 13,3%

ALERGIAS

Nariz y Oídos
26,4%

Colirios
58%

Sueros fisiológicos
15,6%

SALUD SEXUAL

Preservativos
22,6%

Lubricantes
39,9%

Juguetes Sexuales
39,9%

Perfil del cliente respecto a la media FARMAPREMIUM

							m	h
Dietética y herboristería Dietas	4%	16%	22%	25%	20%	16%	92,3%	7,96%
Alergias Botiquín	10%	70%	90%	80%	60%	50%	91,5%	8,44%
Salud sexual Salud	20%	60%	80%	90%	50%	30%	93,6%	6,3%
	18-29 años	30-39 años	40-49 años	50-59 años	60-69 años	70 o + años		

farmapremium

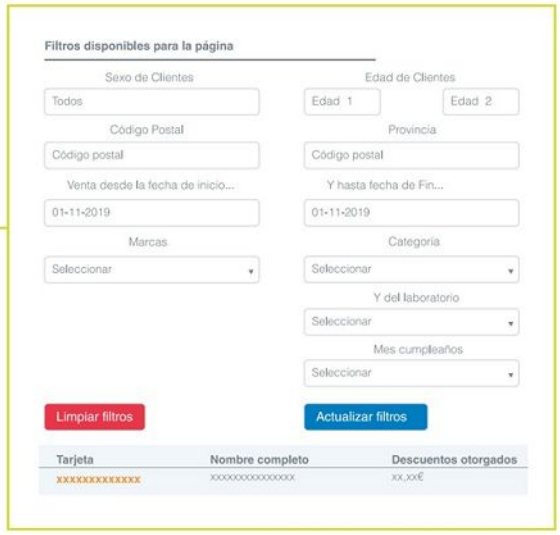
LA MEJOR MANERA DE CUIDARTE

¿CÓMO FOMENTAR FARMAPREMIUM EN TU FARMACIA?

Con los siguientes tips podrás fomentar la tarjeta Farmapremium entre tus pacientes/clientes.

Tip 1. Inyección de euros: es como hacer una promoción ad hoc. Por la compra del producto que seleccione la farmacia, el cliente recibe euros adicionales en tarjeta (p.ej. 1€). Se puede hacer desde el programa de gestión o desde el Panel Farmacia > TPV. Tiene una ventaja respecto a rebajar directamente el precio: cuando el cliente llegue a los 5€ en tarjeta, los gastará en una nueva compra en la misma farmacia.

Tip 2. Sorteos de euros: variante del anterior. Entre los compradores de una categoría, se sortea 1 sola inyección de una cantidad mayor (p.ej. premio de 10€) a inyectar, por el mismo sistema, en la tarjeta del afortunado/a. No hace falta ir apuntando los clientes: desde Panel Farmacia > Informe Personalizado se puede sacar un listado por fechas / categorías. Ejemplo:



Tip 3. Sorteos de producto: mismo sistema, pero el regalo es género en lugar de una inyección:

Tip 4. Señalética específica del producto o promoción: Consiste en señalar la ventaja de usar la tarjeta a la hora de comprar determinado producto o promoción.

Tip 5. Señalética general sobre la tarjeta.

ENTREVISTA A LA FARMACIA LAGE

Ganadora de nuestro concurso farmascotas

Entrevistamos a María Hernández, farmacéutica adjunta de la Farmacia Lage (A Coruña), ganadora de nuestro concurso de Instagram que premiaba la foto más original que integrase nuestro servicio Farmascotas.

1. ¿Por qué decidiste trabajar la categoría de veterinaria de tu farmacia? ¿Desde cuándo la incorporaste?

Porque vimos que en el barrio donde estamos ubicado había muchos vecinos con mascotas. Además, alguno de ellos entraba en la farmacia para hacernos preguntas sobre disponibilidad de productos y piensos. La tenemos implantada desde hace más o menos un año.

2. En tu farmacia, ¿hay alguien especializado en la categoría?

Si, yo misma. Es una categoría que me gusta mucho porque me encantan los animales y como además tengo perro, me especialicé en ella.

3. Bidafarma ha lanzado el nuevo servicio Farmascotas, ¿qué opinas que la cooperativa potencie esta categoría?

Me parece estupendo. La veterinaria muchas veces está olvidada en la farmacia y de esta forma la ponemos en valor, ya que somos los únicos profesionales autorizados en la venta de medicamentos de uso veterinario.

4. Desde que has implementado el Farmascotas en tu farmacia, ¿has notado un incremento de la demanda de este tipo de productos?

Si, desde hace un año que tenemos la categoría en la farmacia la demanda ha ido creciendo en productos de todo tipo: antiparasitarios, medicamentos, alimentación, premios para las mascotas...

5. Tu farmacia ha sido la ganadora del concurso que Bidafarma realizó en Instagram. ¿Cómo se gestó la foto?

La primera idea fue poner a los perros, entre los que se encuentra el mío, en el escaparate. Pero la verdad que era complicado que nos mirasen todos. Finalmente, y después de una hora, conseguimos la foto con la que participamos en el concurso.

DANDO LA BIENVENIDA A LOS NUEVOS MIEMBROS DE LA FAMILIA

Según un estudio elaborado por Fundación Affinity –dedicada a investigar y divulgar los beneficios del vínculo entre personas y animales de compañía, casi la mitad de las familias españolas con hijos de entre 3 y 13 años que valoran adoptar o comprar un animal de compañía eligen la Navidad para hacerlo en forma de regalo para su hijo.

Este estudio revela que el 11% de los españoles ha regalado alguna vez un animal de compañía por Navidad o Reyes, mayoritariamente a sus hijos (32%), a sus padres (22%) o a su pareja (19%).

El perro continúa siendo el animal más pedido por niños y niñas (82%), seguido por el gato (30%) y otros animales (11%), como peces, hámsteres o tortugas.

Ante la llegada a casa de un nuevo inquilino es fundamental conocer bien las necesidades de nuestra nueva mascota, aspectos como el cuidado que necesitará, afecto o la actividad de la raza son claves para asegurarnos el bienestar del animal y el de toda la familia. Si, por ejemplo, hemos incorporado un perro a nuestra vida, deberíamos saber que tenemos que sacarle a pasear dos o tres veces al día. También es importante conocer las necesidades fisiológicas de la raza. En términos generales los perros pequeños necesitan más actividad que los perros grandes. Así, si no disponemos de mucho tiempo libre, éste es un punto importante a la hora de planificar las tareas con nuestra mascota.

Si eres de los elegidos y el 6 de enero te has encontrado con una mascota en casa como regalo de Reyes debes tener en cuenta todos los consejos que trataremos en este artículo. Como el perro sigue siendo el animal más solicitado por parte de los hogares españoles daremos unas breves pautas a seguir en el manejo de los cachorros durante los primeros meses de vida.

El cachorro recién llegado necesitará un *periodo de adaptación.* Debemos asignarle un lugar que él reconozca como suyo, con un sitio donde descansar, agua a libre disposición y algún que otro juguete, para que no se entretenga con objetos que no queramos encontrar mordidos... hay que tener en cuenta la temperatura, sobre todo si nuestro cachorro va a dormir fuera de casa. Las bajas temperaturas pueden provocar numerosas complicaciones en la salud de nuestras mascotas sobre todo si vivimos en regiones con temperaturas severas en invierno y los cachorros son especialmente vulnerables frente al frío puesto que tienen menos masa muscular y grasa que los adultos. Para ello hay que tratar de calentarlos con mantas en el lugar de descanso que lo aíslen del suelo incluso jerseys a la hora de pasear, procurando que estos paseos sean en las horas más cálidas del día.

El periodo de sociabilización de los perros abarca de las cuatro a las doce semanas de edad y es fundamental en estos primeros meses de vida fijar unas pautas de comportamiento y educación, ya que nos marcarán su carácter cuando sea adulto. La educación de nuestro cachorro marcará la relación que tendremos con él el resto de su vida.

Otro aspecto fundamental en los primeros meses de vida es la alimentación. El alimento que escojamos debe ser de calidad, específico para cachorros y que sea acorde con el tamaño que alcanzará de adulto. Debemos ajustar la ración diaria según las indicaciones del fabricante. Esta cantidad puede ser administrada de una vez (a libre disposición) para que el cachorro vaya racionándose, pero podemos encontrarnos con cachorros voraces, en cuyo caso deberemos administrarla dividida en 3 o 4 tomas diarias.

Durante esta etapa es fundamental acostumbrarlo a las rutinas de higiene que tendrá a lo largo de su vida. Tareas como el cepillado, limpieza de oídos, corte de uñas, baño... son algunas de las tareas

Ante la llegada a casa de un nuevo inquilino es fundamental conocer bien las necesidades de nuestra nueva mascota.

que si nuestra mascota está educada pueden resultar muy sencillas y nos evitarán situaciones complicadas en el futuro.

EL primer baño del cachorro puede ser a partir del destete, teniendo en cuenta que hay que utilizar productos específicos para cachorros y teniendo la precaución de secarlo muy bien después de ello, incluso se puede utilizar un secador ajustando la temperatura no demasiado caliente. Hay que intentar en la medida de lo posible que estos baños sean lo más espaciados en el tiempo, puesto que con el baño se pierde la grasa natural del cuerpo que actúa como barrera protectora y así, evitaremos posibles dermatitis y problemas de piel posteriores.

En cuatro o cinco días el cachorro suele estar adaptado a su nuevo hogar y es entonces el momento de la primera visita al veterinario para que valore su estado físico, del pelaje,... en definitiva, un pequeño chequeo para comprobar que está todo en orden y que nuestra mascota está en estado óptimo de salud. También es en esta primera visita donde se le suministra la primera dosis de desparasitación y donde nos explicarán las pautas de vacunación en función de su edad o si ya tuviera puesta alguna vacuna.

Durante el periodo de vacunación hay que evitar acudir a parques o zonas donde pueda contagiarse de virus y enfermedades para las cuales su organismo todavía no está preparado, aunque es conveniente el juego con otros perros puesto que en estas edades es fundamental la sociabilización de nuestro cachorro. De esta forma, sí podrá relacionarse con perros perfectamente desparasitados y vacunados.

Con todos estos consejos conseguiréis la adaptación de este nuevo miembro de la familia y empezar a disfrutar de la aventura de compartir miles de momentos inolvidables e inesperados.

PILAR FERNÁNDEZ RASCO
Responsable de Veterinaria - Farmascotas

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

INVIERNO- PRIMAVERA
2020

FEBRERO

11	• **GESTIÓN POR CATEGORÍAS: CÓMO RENTABILIZAR LA CATEGORÍA DE PRODUCTOS NATURALES.** ALCÁZAR DE SAN JUAN • **ACTUALIZACIÓN EN VACUNAS ANTI MENINGOCÓCICAS SEROGRUPOS ACWY.** ÁVILA
12	• **GESTIÓN POR CATEGORÍAS: CÓMO RENTABILIZAR LA CATEGORÍA DE PRODUCTOS NATURALES.** CIUDAD REAL • **ACTUALIZACIÓN EN VACUNAS ANTI MENINGOCÓCICAS SEROGRUPOS ACWY.** SALAMANCA • **FORMACIÓN FARMACÉUTICA CONTINUADA.** MÁLAGA
13	• **GESTIÓN POR CATEGORÍAS: CÓMO RENTABILIZAR LA CATEGORÍA DE PRODUCTOS NATURALES.** TOLEDO
19	• **VISIÓN 360º DEL PACIENTE CON DOLOR Y ALERGIA.** SEVILLA
20	• **VISIÓN 360º DEL PACIENTE CON DOLOR Y ALERGIA.** MÁLAGA

MARZO

05	• **TALLER EN EXPERTO EN DOLOR".** JEREZ DE LA FRONTERA
10 11 12	• **INFARMA.** MADRID
11	• **FORMACIÓN FARMACÉUTICA CONTINUADA.** MÁLAGA
25	• **TALLER EN EXPERTO EN DOLOR.** SANTIAGO DE COMPOSTELA

bida Campers

PLAZO DE INSCRIPCIÓN:

A PARTIR DEL 1 DE FEBRERO HASTA AGOTAR PLAZAS.

Consulta con tu gestor comercial o a través del correo:
bidacampers@bidafarma.es

* Esta información puede sufrir variaciones y añadidos en este periodo de otoño e invierno. Recibirás más información en nuestras próximas revistas o a través de la web bidafarma.es

Strepsils® Strefen®

Expertos en el cuidado de tu garganta

EFECTO SUAVIZANTE a los 2 min[1]

CN: 802223

CN: 961664

CN: 704906

CN: 675820

Analgésico y antiinflamatorio

*Contiene edulcorantes.

1.Strefen 8,75mg pastillas para chupar sabor miel y limón. Reckitt Benckiser Healthcare S.A. Fecha de elaboración: Diciembre 2019.

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	Retiradas de efectivo a débito	Remuneración	Transferencias SEPA
0	Gratis en cualquier cajero de España a partir de 90€*	0'10% TIN Para la parte del saldo que supere los 5.000€**	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