



La farmacia es para los sevillanos salud, confianza, cercanía, consejo y mejora continua



Un estudio en la provincia sobre la percepción social de la farmacia encargado a una consultora independiente ha vuelto a confirmar el fuerte respaldo social del modelo y de la figura del farmacéutico. Realizado sobre una amplia muestra de la población sevillana, la encuesta revela que la farmacia se asocia en nuestra provincia a valores como salud, confianza, cercanía y mejora continua. La valoración es especialmente positiva en mujeres y mayores de edad, mientras que el reto de fidelización se presenta especialmente con la gente joven. Ese es el segmento en el que debemos trabajar.

La farmacia debe ser fiel a sí misma en el universo 2.0

Se trata de la principal conclusión de las XII Jornadas Farmacéuticas Sevillanas, que este año se centraron en el uso de las redes sociales, y que cosecharon un gran éxito de participación tanto presencial como digital, pues fueron ampliamente comentadas en las redes sociales. Durante las jornadas se evidenciaron las oportunidades que para la farmacia abre el universo 2.0 también los peligros y restricciones legales que deben tenerse en cuenta, y sobre todo los criterios y pautas para realizar esa inmersión.



Sumario

págs.

Facturación de septiembre 1

En mi opinión 3

■ Una alta responsabilidad

En portada 4

■ La farmacia es para los sevillanos salud, confianza, cercanía, consejo y mejora continua

■ La farmacia debe ser fiel a sí misma en el universo 2.0

Actualidad Colegial 12

■ Inglés para farmacéuticos

■ Actualización del consejo farmacéutico en población pediátrica

■ Acuerdo con Ribamar para el desarrollo conjunto de programas de formación

■ Manuel Pérez expone en Argentina las lecciones aprendidas por la farmacia española durante la crisis

■ El Colegio promueve una mayor prevención de las enfermedades cardiovasculares

■ El Colegio convoca su ya 'clásico' certamen de pintura

■ Una oportunidad única para conocer la historia de Sevilla

■ En marcha un nuevo ciclo sobre terapéutica homeopática.

Fundación Mehuer 15

■ Dos exposiciones a beneficio de la labor de Mehuer

Nombres Propios 15

■ Carmen Peña

■ Jaime Acosta

Facturación mes de septiembre 2014

PVP	PVP MEDIO	MES	ACUMULADO
SAS		4,09 %	1,27 %
LIBRES		6,74 %	1,12 %
TOTAL		4,25 %	1,26 %
ANDALUCÍA			
NACIONAL			
RECETAS			
SAS		5,13 %	1,63 %
LIBRES		4,20 %	-0,50 %
TOTAL		5,08 %	1,52 %
NACIONAL			

FACTURACIÓN CAPITAL / PROVINCIA			
	PVP	RECETAS	MEDIA
CAPITAL	15,412,601,82 €	1.251,934	12.31 €
PROVINCIA	23,400,707,54 €	1.985,649	11.78 €

VARIACIÓN CAPITAL / PROVINCIA		
	PVP.	RECETAS
CAPITAL	39.91 %	38,66 %
PROVINCIA	60.09 %	61,34 %
TOTAL PVP.		

FACTURACIÓN MEDIA POR RECETA			
		MES	ACUMULADO
COLEGIO		11,99 €	12.00 €
ANDALUCÍA			
NACIONAL			

TIRAS REACTIVAS			
		MES	ACUMULADO
UNIDADES DISPENSADAS	21,351		
PVP ABON +CACOF,REAL,DIFER	425,929,82 +447,983,68	1.249,999,67	376,086,17
MEDIA	58,55 €		

PIU			
		MES	ACUMULADO
UNIDADES DISPENSADAS	36,107		
PVP ABONADO, NOMENCLATOR, DEDUC 6,3% MEDIA,	1.258,478,41	1.354,846,54	85,258,60
DIFERENCIA P.M. MEDIA	96,368,13	37,52	

ABONO DE FARMAINDUSTRIA		1.083,229,01 €
-------------------------	--	----------------

DEDUCCIÓN	
DESCUENTOS	RD 823/2008+DR8/2010
PVP DEDUCIDO	628,121,80+1,576,206,65
TOTAL	2.204,328,45 €



LOTES DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS RETIRADOS (septiembre, octubre 2014)

- 19/09/2014 Adventan 1 mg/g emulsión cutánea, 1 tubo de 50 g
- 22/09/2014 Junifen 40 mg/ml suspensión oral, 1 frasco de 150 ml
- 24/09/2014 Melodene 15 0,06mg/0,015mg comprimidos recubiertos con película 1x28
- 29/09/2014 Meningitec suspensión para inyección en jeringa precargada, 1 jeringa precargada de 0,5 ml (con aguja)
- 30/09/2014 Ibuprofeno Kern Pharma 40 mg/ml suspensión oral EFG, frasco con 150 ml de suspensión
- 30/09/2014 Azalia 75 microgramos comprimidos recubiertos con película EFG, 84 (3 x 28) comprimidos (NR: 73734, CN: 675158) y Azalia 75 microgramos comprimidos recubiertos con película EFG, 28 comprimidos (NR: 73734, CN: 675152)
- 01/10/2014 L-Thyroxin Tropfen 100 mcg/ml solución oral 30ml
- 03/10/2014 Pirexin 20 mg/ml suspensión oral, 1 frasco de 200 ml
- 09/10/2014 Torisel 25 mg/ml, concentrado y disolvente para solución para perfusión, 1 vial de 1,2 ml +1 vial de disolvente
- 14/10/2014 Epaxal suspensión para inyección en jeringa precargada, 1 jeringa precargada de 0,5 ml
- 17/10/2014 Desloratadina Pensa 5 mg comprimidos bucodispersables, 20 comprimidos
- 17/10/2014 Meropenem Hospira 1 g. polvo para solución inyectable y para perfusión EFG, 10 viales
- 24/10/2014 Zovirax pomada oftálmica, 1 tubo de 4,5 g
- 1/10/2014 Ranitidina Durban 300 mg comprimidos EFG, 14 comprimidos y Ranitidina Durban 300 mg comprimidos EFG, 28 comprimidos

Farm@press no se hace responsable de las opiniones de terceros vertidas y/o recogidas en sus páginas.

Si quieres contactar con la **Comisión de Comunicación del RICOFS** y participar en las publicaciones *Farmapress* y *Farmacia Hispalense* con artículos, comentarios o sugerencias, envía un mail a

ricofsecomunicacion@redfarma.org

EDITA: Real e Ilustre Colegio Oficial de Farmacéuticos de Sevilla
C/ Alfonso XII, 51. 41001 Sevilla
Telf: 95 497 96 00 Fax: 95 497 96 01
e-mail: ricofse@redfarma.org
http://www.farmaceticosdesevilla.es

Consejo de Redacción: Manuel Pérez, Juan Luis Barea, María Isabel de Andrés, Milagros Ollas, M^o Teresa Díaz.
Maquetación y Producción: Euromedia Comunicación.
Fotografía: Guillermo Aguilar.
Impresión: Imprenta Galán.
Depósito Legal: SE-2.037/2000



Una alta responsabilidad



Manuel Pérez Fernández

El pasado jueves 25 de septiembre celebramos las XII Jornadas Farmacéuticas Sevillanas, que este año llevaron el título de “tu consejo farmacéutico, también en la red”, y en las que reflexionamos sobre la forma en que la farmacia debe estar en redes sociales. Todos los expertos coincidieron en que la presencia de los establecimientos farmacéuticos en el entorno digital debe regirse por unos criterios y pautas comunes que sean coherentes con la regulación que estas comparten y, por tanto, que beban de los mismos principios comunes del modelo asistencial de farmacia.

Es por ello que la actuación y el liderazgo de los colegios en este ámbito se antojan no sólo deseables, sino casi imprescindibles, aunque no sólo para establecer esas reglas de juego comunes, sino también para estimular, universalizar y ampliar las posibilidades de actuación en este campo de todas las oficinas de farmacia. Y en ello queremos empezar a trabajar desde el Colegio de Sevilla, con un plan que dote a todas las farmacias interesadas de las herramientas, formación, monitorización y contenidos necesarios para desarrollar una actividad de comunicación 2.0., que sea la proyección digital de la información y consejo farmacéutico, y que sirva para potenciar la buena imagen de la que goza la oficina de farmacia y el farmacéutico.

Una buena imagen que ha quedado más que contrastada en el estudio sobre la percepción social de la farmacia en la población residente en la provincia de Sevilla, que ha realizado para nuestro Colegio una consultoría independiente

y que fue presentado durante las Jornadas, con una notable repercusión mediática.

El informe revela datos que desde luego nos llenan de satisfacción. Así, el 89,9% de la población considera la farmacia como muy o bastante importante para la salud pública, porcentaje que se incrementa hasta el 95,8% en las poblaciones pequeñas. Asimismo, en una de cada cinco encuestas, la farmacia sale como uno de los establecimientos que el encuestado visita por motivos de salud y en una de cada diez encuestas sale como la primera mención, por encima de médico de cabecera, consultas privadas y médicos especialistas, y sólo por debajo de centro de salud, ambulatorio y hospital.

Además, el 86% de la población declara tener una farmacia habitual y el 30% conoce a su farmacéutico hace más de 20 años. Casi el 75% de la población solicita consejo farmacéutico alguna vez o a menudo y el 97% valora muy positivamente ese consejo. Y pese a la crisis, la población percibe que la calidad de servicio en las farmacias ha aumentado, y el 79% opina que además que la farmacia se ha modernizado “mucho o bastante” en los últimos años.

Son datos indudablemente muy positivos, pero datos que deben servirnos no para caer en la autocomplacencia, sino para exigírnos más y para que nos sintamos más responsabilizados si cabe en el objetivo de mantener alto el nivel de la percepción de la prestación farmacéutica. Después de todo, si esa percepción es la que es, se debe también al buen hacer de los farmacéuticos que nos precedieron y nuestra obligación es intentar

que quienes nos sigan reciban de nosotros una farmacia prestigiada y con fuerte respaldo social.

En este sentido, la percepción de los jóvenes nos plantea un reto sobre el que tenemos que trabajar. Aunque es cierto que la encuesta arroja una opinión positiva en todos los segmentos de edad, la valoración general baja ligeramente en los jóvenes, que muestran por ejemplo una menor vinculación directa personal con el farmacéutico. También es cierto que en cuanto se llega al segmento de edad de personas con hijos, la valoración vuelve a subir automáticamente, incluso en muchos casos al nivel de la población mayor y la población femenina, que es la que más puntuación nos concede, algo que es por otra parte lógico pues es con la paternidad cuando se suelen fortalecer los vínculos con el farmacéutico y la oficina de farmacia, pues hasta entonces podríamos decir que nos necesitan menos. En cualquier caso, llama la atención también que en un porcentaje bastante alto los jóvenes van antes a la farmacia que antes que al centro de salud, por lo que es indudable que tienen una percepción sanitaria favorable de la farmacia.

Y esa es la línea, seguir aportando valor a la sociedad y al sistema público de salud a través de una prestación farmacéutica marcada por el interés sanitario y capaz de adaptarse a los intereses cambiantes de la población. Los colegios tenemos también una alta responsabilidad, la de marcar el rumbo de los cambios, pero sin perder la esencia y el norte de una profesión valorada y querida por todos, cuyo prestigio debemos preservar y en la medida de lo posible potenciar.

agenda del presidente

- ✓ 1 de septiembre – Comisión Permanente
- ✓ 3 de septiembre – Entrevistas con medios de comunicación y reunión con asesores farmacéuticos argentinos
- ✓ 4 de septiembre – Reunión comité científico Congreso MHER y con farmacéuticos de la ANF portuguesa
- ✓ 8 de septiembre – Mesa de trabajo de ‘El Mundo’ sobre la Ley de Colegios y Servicios Profesionales y Comisión Permanente
- ✓ 9 de septiembre – Reunión con el Laboratorio Janssen y con el presidente del CACOF. Reunión de Junta de Gobierno.
- ✓ 12 de septiembre – Reunión XXXX
- ✓ 15 de septiembre – Comisión Permanente y reunión con AROFASE
- ✓ 16 de septiembre – Foro Joly con Juan Ignacio Zoido y reunión con los decanos de las facultades de Medicina y Farmacia
- ✓ 17 de septiembre – Reunión con la Delegada Provincial de Salud y participación en la presentación del estudio del Instituto Puleva dentro de la campaña ‘Corazones contentos’
- ✓ 18 de septiembre – Reunión con colegiados, firma de convenio de colaboración con Ribamar y reunión de Junta de Gobierno.
- ✓ 22 de septiembre – Comisión Permanente
- ✓ 23 de septiembre – Reunión Junta de Gobierno
- ✓ 24 de septiembre – Pleno Consejo General
- ✓ 25 de septiembre – XII Jornadas Farmacéuticas Sevillanas
- ✓ 26 de septiembre – Visita de la Fundación Avenzoar al Arzobispo e inauguración de las exposiciones solidarias a beneficio de Fundación Mehuer
- ✓ 29 de septiembre – Reunión con APROFASE y Junta de Gobierno
- ✓ 2 de octubre – Actos Día de la Policía, Foro Novartis con la consejera de Salud y reunión Junta de Gobierno.
- ✓ 3 de octubre – Inauguración y actos XV Aniversario FEDER
- ✓ 6 de octubre – Comisión Permanente y reunión de presidentes en Zaragoza
- ✓ 7 de octubre – Visita a Laboratorios TEVA (Zaragoza)
- ✓ 8 de octubre – Asamblea Consejo General
- ✓ 10 de octubre – Reunión con laboratorios Pfizer y Janssen
- ✓ 14 de octubre – Reunión con presidente CECOFAR
- ✓ 14 de octubre – Comisión Permanente
- ✓ 16 y 17 de octubre – Reunión del CACOF en Las Alpujarras con farmacéuticos de la zona
- ✓ 20 de octubre – Comisión Permanente y entrega premios concurso de pintura del Colegio
- ✓ 21 de octubre – Reunión Junta de Gobierno e inauguración exposición concurso de pintura
- ✓ 22, 23 y 24 de octubre – XIX Congreso Nacional Farmacéutico
- ✓ 27 de octubre – Comisión Permanente y reunión con estudiantes de Farmacia en el Colegio Mayor Guadaira
- ✓ 28 de octubre – Reunión con el Instituto Yanes y con el presidente de la Fundación Avenzoar
- ✓ 29 de octubre – Pleno del Consejo General
- ✓ 30 de octubre – Reunión Comité ejecutivo CACOF

La farmacia es para los sevillanos salud, confianza, cercanía, consejo y mejora continua

Un estudio sobre la percepción social de la farmacia encargado a una consultora independiente ha vuelto a confirmar el fuerte respaldo social del modelo y de la figura del farmacéutico. La encuesta revela que la farmacia se asocia en nuestra provincia a valores como salud, confianza, cercanía y mejora continua

Hay datos que lo dicen todo, como el 8,45 sobre 10 en la calidad del servicio prestado por las farmacias (8,67 en las mujeres y 8,72 en la población de mayor edad). O el 75% de la población que solicita consejo farmacéutico alguna vez o a menudo y el 97% que valora muy positivamente ese consejo. O el dato de que, a pesar de la crisis, la población perciba que la calidad de servicio en las farmacias ha aumentado, e incluso el 79% llegue a afirmar además que la farmacia se ha modernizado "mucho o bastante" en los últimos años. Pero hay un dato más elocuente aún, y que quisimos destacar ante los medios de comunicación en la presentación del estudio, que es el 86% de sevillanos que tiene una farmacia de cabecera a la que siempre va o va usualmente, frente al 14% de sevillanos que va indistintamente a cualquier farmacia. ¿Qué significa ese dato? Pues algo tan importante como que más que ir a la farmacia, el sevillano va a "su farmacia" y en gran medida a "su farmacéutico", con el que le une una relación de cercanía y confianza muy especial. Tan especial que el

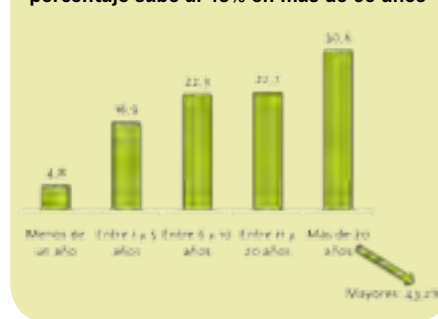
30% de la población hace más de 20 años que conoce a su farmacéutico y este porcentaje sube al 43% en más de 55 años. Sospechábamos que era así, pero ahora hay datos que los acreditan.

Y también hay datos que acreditan los motivos de esa fidelidad del usuario hacia su farmacia y su farmacéutico. Los principales son la cercanía (en el 76% de las respuestas) y el trato (en el 42% de las respuestas). Unas razones de peso para ese 86% de la población que declara tener una farmacia habitual, un porcentaje que sube de manera significativa en dos segmentos concretos: las mujeres y especialmente los mayores de 55 años, donde ese porcentaje de fidelidad asciende hasta el 92,8%. Otro dato verdaderamente significativo de la labor social que realiza el farmacéutico en este segmento de población.

Establecimiento de referencia en el sistema de salud

La encuesta indica al mismo tiempo la relevancia que los sevillanos otorgan a la farmacia como establecimiento sanitario,

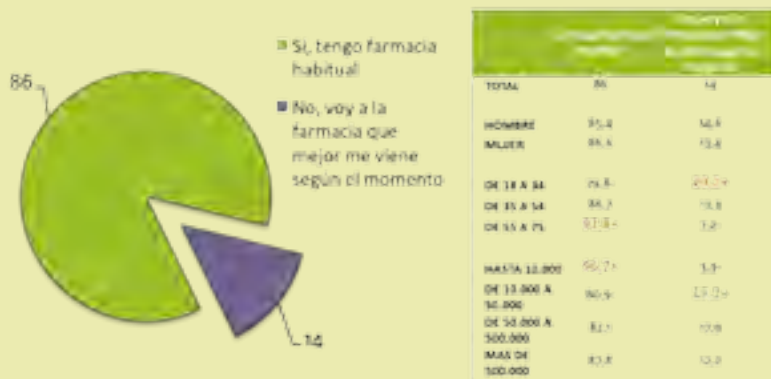
El 30% de la población hace más de 20 años que conoce a su farmacéutico y este porcentaje sube al 43% en más de 55 años



pues el 89,9% la consideran muy o bastante importante para la salud pública, porcentaje que se incrementa hasta el 95,8% en las poblaciones pequeñas. Asimismo, en una de cada cinco encuestas, la farmacia sale como uno de los establecimientos que el encuestado visita por motivos de salud y en una de cada diez encuestas sale como la primera mención, por encima de médico de cabecera, consultas privadas y médicos especialistas, y sólo por debajo de centro de salud, ambulatorio y hospital. La frecuencia de visita es de 1,4 veces al mes, siendo las mujeres y los mayores de 55 quienes la visitan más: 1,6 veces al mes.

Los encuestados puntúan asimismo con un 8,45 sobre 10 la calidad del servicio prestado por las farmacias, elevándose esa valoración al 8,67 en las mujeres y al 8,72 en la población de mayor edad (de 55 a 75 años). El factor humano y el trato personal son los aspectos de la farmacia más valorados de manera espontánea, particularmente en el segmento de mujeres, mayores y residentes de poblaciones pequeñas. Le siguen la disponibilidad de medicinas y productos saludables y el

La población sevillana tiene una farmacia habitual, de forma claramente mayoritaria, y más aún entre las mujeres de las poblaciones más pequeñas



El 89,9% la consideran muy o bastante importante para la salud pública, porcentaje que se incrementa hasta el 95,8% en las poblaciones pequeñas.



asesoramiento ofrecido. El 43% no encuentra ningún aspecto que "les guste menos" en las farmacias, mientras que son las esperas y las faltas de medicinas los aspectos negativos que más salen de forma espontánea en las encuestas, aunque sin llegar en ninguno de los casos a más del 10% del conjunto de todas las respuestas. Un 78,6% de la población considera además que el número de farmacias es adecuado.

Claves para elegir la farmacia

Estos datos son bastante coherentes con los criterios que los usuarios dicen seguir a la hora de elegir una farmacia. Preguntados por diferentes factores de decisión, son los temas relacionados con el componente humano los que salen en primer lugar, seguidos del asesoramiento y conocimiento del farmacéutico y del personal que atiende. Eso es así en todos los segmentos de población, si bien es cierto que el factor humano recibe aún mayor valoración entre los segmentos de población femenina y mayor, y los jóvenes son más sensibles a la variedad, el precio y las condiciones de pago.

Así, de forma concreta, y en relación a las diferencias entre los distintos segmentos de población, el estudio muestra que el asesoramiento es más valorado en las mujeres y crece también en las poblaciones de menos de 10.000 habitantes. Por su parte, la cercanía a la casa o lugar de trabajo es especialmente valorada a par-

tir de los 35, siendo algo menos relevante en jóvenes. Igualmente, conocer al farmacéutico es más valorado por mujeres y a partir los 35 años, en los municipios pequeños y curiosamente también en las grandes ciudades de más de 500.000 habitantes

Impacto de la crisis

La encuesta también muestra que los usuarios han valorado muy positivamente el esfuerzo de la oficina de farmacia por atenuar, eludir o contrarrestar el impacto de la crisis, tratando sobre todo de que no repercuta en la calidad de servicio. Así, el 51,4% de la población encuestada opina que las oficinas de farmacia han sido capaces de aumentar la calidad del servicio a pesar de la crisis, en tanto que sólo el 12,1% opina que la ha rebajado. Esa percepción es especialmente intensa en los grupos de población de 18 a 34 años y de 35 a 54 años. Los aspectos en los que los usuarios creen que las farmacias han sido capaces de mejorar, a pesar de las dificultades, son los de una mejor atención al cliente, un mayor y mejor asesoramiento y una cartera de servicios y productos más amplia siempre vinculada a la salud y el bienestar. Quienes opinan que la calidad del servicio ha disminuido con la crisis, aportan como razones argumentos relacionados con las políticas públicas de ajuste y no con la farmacia: los genéricos, la falta puntual de medicamentos y las políticas de copago.

Modernización y receta electrónica

Asimismo, la encuesta revela una clara percepción social de que las farmacias de Sevilla se han modernizado durante el periodo de crisis, lo que indudablemente redonda positivamente en la profesión. El 79% opina que lo han hecho además "mucho o bastante", porcentaje que sube incluso al 81,7% en mujeres y al 82,3 en el grupo de 35 a 54 años de edad.

Uno de los factores que puede haber inducido a esa percepción de modernización es la receta electrónica, que se revela en la encuesta con un amplio índice de popularidad y respaldo. Así, más de un 75% de los usuarios conoce la receta electrónica, y un 90,2% de quienes la conocen declaran utilizarla, con mayor intensidad de uso entre las mujeres y mayores.

La receta electrónica es asimismo claramente preferida sobre la de papel (casi el 80% la prefiere, frente al 8,7 que la prefiere en papel y el 12,2 que le da igual). Las razones que justifican esa preferencia son su comodidad y que evita visitas al médico.

Los encuestados puntúan asimismo con un 8,45 sobre 10 la calidad del servicio prestado por las farmacias, elevándose esa valoración al 8,67 en las mujeres y al 8,72 en la población de mayor edad (de 55 a 75 años)

Servicio prestado por las farmacias	
TOTAL	8,45
HOMBRE	8,23
MUJER	8,67
DE 18 A 34	8,24
DE 35 A 54	8,45
DE 55 A 75	8,72
HASTA 10.000	8,46
DE 10.000 A 50.000	8,37
DE 50.000 A 500.000	8,53
MÁS DE 500.000	8,5

La frecuencia de visita es de 1,4 veces al mes, siendo las mujeres y los mayores de 55 quienes la visitan más: 1,6 veces al mes



El profesional farmacéutico

En cuanto a las principales cualidades percibidas en el farmacéutico, los usuarios destacaron en la encuesta de manera espontánea, y por este orden, la atención y trato al cliente; la formación, preparación y profesionalidad; el asesoramiento y los consejos farmacéuticos; y la amabilidad y simpatía. Los aspectos más valorados en la primera mención fueron los mismos, sólo que la formación, preparación y profesionalidad pasaría a la primera posición. Asimismo, es reseñable que casi 7 de cada 10 entrevistados no encontró ningún aspecto criticable del farmacéutico. La crítica más recurrente entre los que sí identificaron algunos fue la falta de amabilidad (en menos del 4% de las encuestas).

En formato sugerido, las valoraciones de los diferentes aspectos relativos a la figura del farmacéutico fueron muy

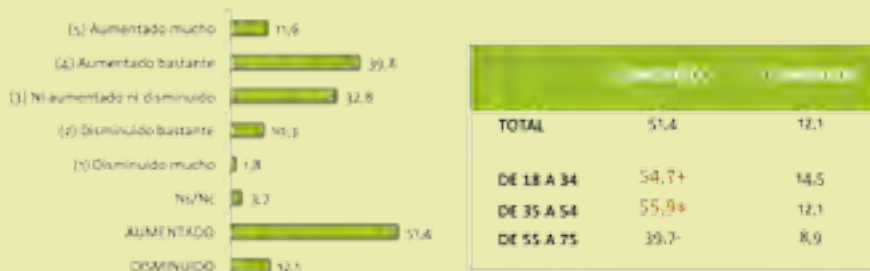
positivas, con puntuaciones que oscilan entre el 8,67 a la profesionalidad del farmacéutico y el 8,27 relacionado con su implicación en la salud de sus pacientes. Por su parte, la calidad en el trato obtuvo una valoración media del 8,59 y la de confianza y fiabilidad una de 8,51. La puntuación fue por lo general más alta en las mujeres y en el segmento de población mayor de 55 años.

El consejo farmacéutico

La encuesta muestra asimismo que casi el 75% de la población encuestada solicita consejo farmacéutico alguna vez, a menudo o muy a menudo, frente al 26,2% que lo pide rara vez o nunca, y que el 97% de los que suelen solicitar ese consejo lo valora muy positivamente.

Los temas más recurrentes en los que se pide consejo farmacéutico son consultas sobre casos leves para evitar la visita al

El 51,4% de la población encuestada opina que las oficinas de farmacia han sido capaces de aumentar la calidad del servicio a pesar de la crisis



Ficha técnica

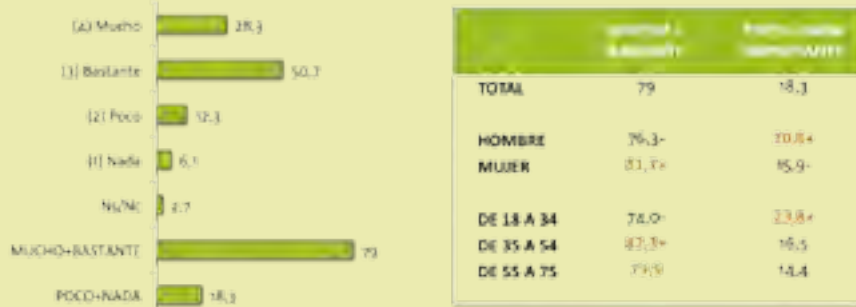
El Informe sobre la percepción social de la farmacia en la población residente en la provincia de Sevilla fue presentado a los medios con motivo de la celebración del Día Mundial del Farmacéutico, en el transcurso de las XII Jornadas Farmacéuticas Sevillanas, y está basado en más de 800 encuestas realizadas a hombres y mujeres mayores de 18 años.

- **Muestra:** 801 entrevistas
- **Público objetivo:** hombres y mujeres de 18 años en adelante residentes en la provincia de Sevilla
- **Realizado por Comen-tia,** consultora independiente, con preguntas mayoritariamente cerradas o semi cerradas
- **Trabajo de campo:** entre el 21 de julio al 7 de agosto y los días 1 y 2 de septiembre de 2014.
- **Error de muestreo:** Para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigmas) y en la hipótesis más desfavorable ($p=q=50$), el margen de error sería de **+3,5%**

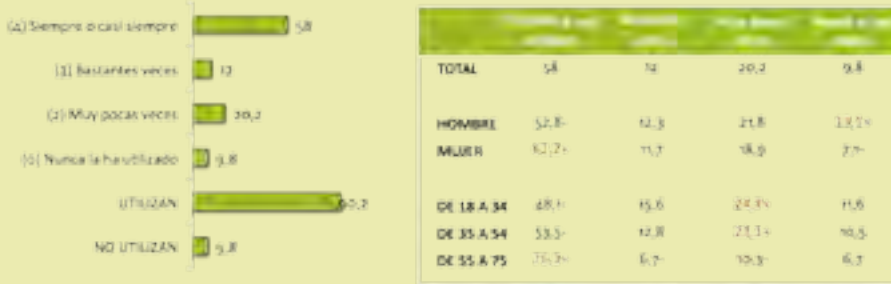


Consultar la presentación del Estudio en:
www.farmaceticosdesevilla.es

El 79% opina que la farmacia se ha modernizado “mucho o bastante”, porcentaje que sube incluso al 81,7% en mujeres y al 82,3 en el grupo de 35 a 54 años de edad



Casi el 80% prefiere la receta electrónica, frente al 8,7 que la prefiere en papel y el 12,2 que le da igual

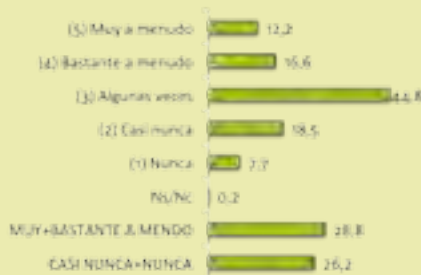


médico (en el 23,9% de las ocasiones); consultas para aclarar dudas sobre el tratamiento (en el 20% de los casos); y para informarse de la forma de administración de los medicamentos (en el 10% de los casos).

Retos en los que trabajar

Aunque el informe arroja datos en su conjunto muy positivos, es evidente que también muestra áreas de mejora

Casi el 75% de la población encuestada solicita consejo farmacéutico alguna vez, a menudo o muy a menudo



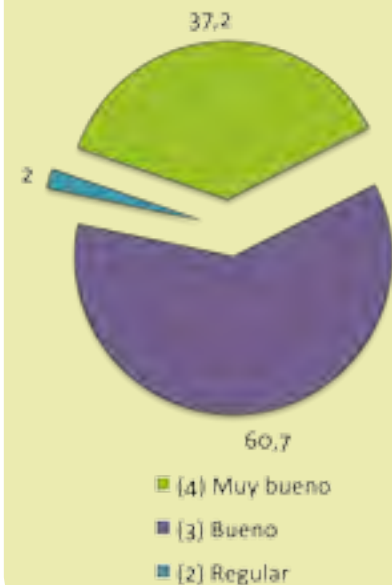
en las que tenemos que trabajar. Así, la encuesta revela una menor valoración de la farmacia en su conjunto de la población más joven, si bien es cierto también que esta valoración vuelve a subir en seguida en el tramo de población que comienza en los 35 años, seguramente coincidiendo con la maternidad/paternidad, momento en que muchos se “enganchan” a la farmacia. En la encuesta afloran también algunos aspectos negativos, aunque lo cierto es que mayoritariamente no responden a aspectos atribuibles a la farmacia, y sí a la política farmacéutica. Así las esperas y las faltas de medicamentos son los aspectos negativos que más salen de forma espontánea en las encuestas. Igualmente, entre quienes opinan que la calidad del servicio de la farmacia ha disminuido en los últimos años aportan, sobre todo, argumentos relacionados con las políticas de ajuste y no con la

farmacia: los genéricos, la falta puntual de medicamentos y las políticas de co-pago.

Refuerzo del modelo asistencial

Durante la presentación del informe a los medios, el presidente del Colegio insistió en que estos datos acreditan “el gran respaldo social que tiene el farmacéutico y la oficina de farmacia, como expresiones de un modelo asistencial y regulado de farmacia que prima los intereses sanitarios frente a los mercantiles”. “Valores del modelo como la cercanía, el trato personal del farmacéutico, la cualificación de los profesionales sanitarios que atienden en la farmacia, el compromiso social de la farmacia, el valor del consejo farmacéutico afloran claramente en este informe”, dijo Manuel Pérez, que agregó que estos valores “tienen como reflejo quizás más elocuente el alto grado de fidelidad del usuario con su farmacia y con su farmacéutico, que en la mayoría de casos se traduce en una relación de muchos años”.

El 97% de los que suelen solicitar ese consejo lo valora muy positivamente



La farmacia debe ser fiel a sí misma en el universo 2.0

Se trata de la principal conclusión de las XII Jornadas Farmacéuticas Sevillanas, que este año se centraron en el uso de las redes sociales

Las XII Jornadas Farmacéuticas Sevillanas celebradas el pasado día 25 de septiembre, coincidiendo con el Día Mundial del Farmacéutico, tuvieron como hilo conductor la presencia de la farmacia sevillana en las redes sociales, que fue abordada a través de tres mesas redondas, ricas en aportaciones y conclusiones de interés para todos los farmacéuticos. La más importante de todas ellas, que la farmacia debe ser fiel a sí misma en el universo 2.0, siendo la presencia digital una prolongación de lo que la farmacia es y aporta a pie de calle. Una presencia orientada por tanto a los objetivos de salud pública y marcada por el consejo farmacéutico, por encima de los intereses comerciales.

Pero antes de que arrancara el debate 2.0, la jornada comenzó con la conferencia inaugural de Paco Pérez Valencia, pintor, museógrafo y creador de La Universidad Emocional, que invitó a los farmacéuticos "a cambiar el mundo" desde su botica. "Vivimos un momento incierto, pero maravilloso, el más estimulante en la historia de la tierra, un momento en el que es preciso parar un instante, invertir en la gran familia humana, y volver a los orígenes, volver a la emoción frente a la gran tiranía de la razón, porque los seres humanos somos eso, sobre todo, somos emoción". Pérez Valencia tiró de cita bibliográfica (Oscar Wilde) para decir que "hoy día la gente conoce el precio de todo y el valor de nada" e invitó a darle un nuevo significado a los conceptos de "éxito" y "fracaso". "El gran fracaso es tener un don y no poder usarlo, y el éxito es ser feliz, tener la capacidad de soñar, y estar abierto a dejarse sorprender por la vida". Por eso, invitó a los farmacéuticos a tener un pensamiento creativo y a soñar como

hacen los niños constantemente. "Sueña, ten ganas de jugar, busca los ojos brillantes de tus interlocutores, los mismos con los que se puede cambiar el mundo", concluyó Pérez Valencia.

Transparencia, coherencia, humildad y constancia

La inyección de optimismo y emoción de Pérez Valencia dio paso a la primera mesa redonda sobre Redes Sociales, que estuvo moderada por Juan Pedro Vaquero, secretario del Colegio, y en la que participaron el experto y socio-director de Euromedia Comunicación Daniel Ruiz, la farmacéutica comunitaria Inma Riu y la abogada Isabel Marín Morán.

Daniel Ruiz señaló que las reglas del juego en la comunicación debido a la consolidación de las redes sociales han cambiado. "De unidireccionalidad hemos pasado a bidireccionalidad (feed-back); de un concepto de medios de comunicación hemos pasado a un concepto de medios sociales; de comunicación vertical a comunicación horizontal; y de la interacción a medio-largo plazo, hemos pasado al corto plazo en la respuesta. Estas reglas del juego no son negociables: todos estamos aunque no estemos. Porque se habla de nosotros ya", afirmó.

Ruiz agregó que el debate sobre estar o no estar en las redes ya no es pertinente, porque todos estamos ya en ellas, e indicó que no estar "supone desaprovechar la oportunidad de interactuar con los públicos que hablan de nosotros, reconducir situaciones de crisis o monitorizar nuestra reputación", aspectos sobre los que puso numerosos ejemplos. Asimismo apostó por la transparencia, coherencia, honestidad, humildad y constancia, como

pautas de la presencia de la farmacia en el entorno 2.0.

Por su parte, Inma Riu comentó que "las farmacias que triunfan en redes sociales son las que están especializadas" e invitó a los farmacéuticos a "mirar qué están haciendo otras farmacias en la red para aprender e impulsar la propia farmacia". "La clave para el éxito –agregó– suele ser ofrecer contenidos relevantes y soluciones que aporten valor a los usuarios". Finalmente, Riu comentó que "las redes sociales también sirven a los farmacéuticos para estar al día de lo que ocurre más allá de sus farmacias, para crear comunidades de intercambio y networking y para asistir on line a eventos o formación".

Finalmente, Isabel Marín, abogada especializada en farmacia, advirtió de los riesgos legales de un mal uso de las redes sociales, y pidió especial cautela en "no pasar por alto el derecho a la propia imagen, intimidad y honor, por ejemplo utilizando la imagen de terceros sin permiso, el derecho de propiedad intelectual, y el derecho a la protección de datos". "En caso de duda sobre la legalidad, es mejor no publicar", aconsejó.

Plan 2.0 del Colegio

La segunda mesa redonda, moderada por el tesorero del Colegio, Juan Luis Barea, sirvió para reflexionar sobre el papel de los colegios en la presencia de la farmacia en el universo 2.0, así como sobre la aportación que pueden realizar otros agentes de la cadena del medicamento como la Distribución o la Industria. Una reflexión que fue abierta por la vicesecretaria del Colegio, María Isabel de Andrés Martín, en una ponencia titulada "Función y papel de los Colegios",



Francisco Pérez Valencia, en un momento de la charla.



Immaculada Riu, Juan Pedro Vaquero, Daniel Ruíz e Isabel Marín.



Rafael Talero, María Isabel Andrés, Juan Luis Barea y Elisa Ramos.



Francisco Cobo, Gema Herreras, Manuel Ojeda, Rocío González y María Angeles García.



Manuel Pérez y José Luis García del Pueyo.



Las jornadas congregaron a más de 200 compañeros.



que fue ampliamente comentada y recomendada en las redes sociales, y en la que sostuvo que el modelo asistencial de farmacia requiere de una comunicación 2.0 que sea coherente con lo que el público espera de una farmacia y que por tanto sirva para "potenciar nuestro modelo asistencial". En ese sentido, sostuvo que la coherencia con el modelo asistencial implica "que prevalezca el interés sanitario por encima del interés comercial, que se respeten todas las restricciones legales sobre publicidad y que las redes se aborden como un nuevo canal de atención al usuario y por tanto como una vía para extender el consejo farmacéutico aún más allá".

Según expuso, los Colegios de Farmacéuticos pueden y deben jugar un papel activo en el desarrollo de la estrategia 2.0 de las farmacias. ¿Cómo?, se preguntó María Isabel de Andrés Martín, que aportó tres campos de actuación. El primero, la formación, a través de programas para instruir a los farmacéuticos en el uso de las herramientas 2.0 y para proporcionarles una visión general

estratégica sobre contenidos y técnicas de conversación. El segundo, el asesoramiento, para apoyar a la oficina de farmacia en los primeros momentos de desarrollo de su estrategia de comunicación 2.0. Y finalmente, y como tercer campo de actuación, la generación de contenidos, promoviendo herramientas comunes de contenidos de interés para el paciente, que puedan ser utilizados por las farmacias para la dinamización de manera sencilla de sus medios 2.0. En la misma mesa redonda participaron también Rafael Talero, de MSD, que abogó por "la integración de los canales y la gestión de contenido como una forma eficiente de conectar con nuestros usuarios", y Elisa Ramos, de CECOFAR, que apuntó "que la misión de las distribuidoras farmacéuticas es contribuir al progreso de la farmacia y apoyarla en su gestión, también en las redes sociales".

Experiencias profesionales

La tercera y última mesa redonda sobre farmacia y redes sociales llevó el título

de "experiencias profesionales" y fue moderada por el vicepresidente del Colegio, Manuel Ojeda. En ella participaron la vocal de dermofarmacia del Colegio, Gema Herrerías, que contó el caso de su farmacia, con cerca de 14.000 seguidores en redes sociales y más de 2,8 millones de visitas a su blog; la farmacéutica Rocío González Pérez, que narró la experiencia de su blog de cocina, concebido como herramienta para fomentar el autocuidado en la alimentación; el farmacéutico Francisco Cobo Jiménez, que narró igualmente la experiencia de su oficina de farmacia en la "incorporación de la tecnología del marketing que utilizan los líderes del retail avanzado", y los satisfactorios resultados alcanzados con ella en fidelización de usuarios; y por último la abogada de FACUA M^a Ángeles García Romero, que abogó por una utilización de las redes sociales por parte de la farmacia en beneficio del paciente, y potenciando la figura del farmacéutico como agente de salud, "sin que intereses económicos y puramente empresariales puedan dejar vacía de contenido esta premisa".

Nuestro Colegio, en el universo 2.0.

Durante su presentación, la vicesecretaria del Colegio, María Isabel de Andrés Martín, apuntó que la primera forma de estimular la presencia de la farmacia en el universo 2.0 por parte de los colegios debe ser la de "convertirnos en referentes en nuestra forma de hacer y desarrollarnos en el ámbito Social Media". En esa dirección, repasó algunos datos de la presencia 2.0 del Colegio de Sevilla.



Página Web

Reformada en Noviembre 2013, con un concepto netamente 2.0, integra a todas las redes sociales, y se erige en eje de la estrategia digital:

- Más de 120.000 visitas
- Más de 600.000 páginas vistas
- Media de 8.000 visitantes/mes
- Más de 85.000 visitas de acceso restringido
- Más de 8.300 visitas de acceso restringido/mes



Twitter

Abierto en abril de 2012:

- Más de 700 tuits

- Más de 1.600 seguidores
- Una de las cuentas de COFs españoles con más seguidores.



Facebook

Abierta en abril de 2012:

- Más de 640 seguidores en su FanPage
- Posts que alcanzan una media de casi 10.000 visitas



Canal Youtube

Abierto en junio de 2013, concebido básicamente como un canal de videoconsejos farmacéuticos:

- 14 vídeos
- Más de 12.000 visualizaciones
- Una cuenta que ya tiene 140 suscriptores



Canal Slideshare

Creado en agosto de 2014:

- 8 presentaciones subidas
- Más de 100 en elaboración
- Más de 300 visualizaciones

2.0



Manuel Pérez con el Presidente del Consejo Andaluz y de otros colegios de Andalucía y Extremadura.



Fco. Cobo, Juan Pedro Risquez, Antonio Mingorance, Manuel Fuentes y Manuel Pérez.



Francisco Peinado, María Isabel Andrés, Eva Alonso, Mercedes Martín, Patricia Figueroa y Juan Pedro Vaquero.



Manuel García Fernández, Carmen Peinado, Diego Rodríguez, Francisco Florido y Rafael Montañés.



Francisco Peinado y Antonio Pérez Ostos. Pepita Ortega y Pedro Claros.



Manuel Pérez junto a parte del comité organizador, María Isabel Andrés y Juan Pedro Vaquero.



Manuel Pérez con las responsables de PSN en Sevilla.



Responsables de Cecofar en el stand de las jornadas.

Actividad colegial



Inglés para farmacéuticos

'Inglés aplicado para farmacéuticos' es el nombre del completo curso que ya ha empezado a ofrecer nuestro Colegio en colaboración con el Centro de Estudios Norteamericano, y que se desarrollará hasta el próximo 17 de junio de 2015

Gran acogida es la que ha tenido esta iniciativa, promovida por el Colegio con la intención de ofrecer a los farmacéuticos la posibilidad de mejorar su nivel de inglés en grupos reducidos. El objetivo final, que los participantes puedan comunicarse con solvencia, tanto de forma oral como escrita, tanto en los planos académico y profesional, así como en el personal.

De la mano de este curso, los participantes tendrán asimismo la oportunidad de prepararse para superar satisfactoriamente los exámenes oficiales

para obtener los certificados de nivel de idioma A1, A2, B1 y B2.

El curso 'Inglés aplicado para farmacéuticos' comprende un total de 96 horas lectivas y se desarrolla los lunes y los miércoles entre el 1 de octubre de 2014 y el 17 de junio de 2015, en horario de 15.00 a 16.30 horas. Todos los participantes tuvieron que llevar a cabo una prueba online de nivel a través de la web del Centro de Estudios Norteamericano, para conformar los diferentes grupos, según el nivel del alumno.

Actualización del consejo farmacéutico en población pediátrica

El Colegio celebró en septiembre la segunda edición del curso 'Consejo Farmacéutico en Población Pediátrica', impartido por los pediatras Cristóbal Coronel y José Ángel Quintero

Habida cuenta del interés suscitado por la primera edición, el Colegio celebró durante el pasado mes de septiembre la segunda edición del curso 'Consejo Farmacéutico en Población Pediátrica'.

Impartido por los pediatras Cristóbal Coronel y José Ángel Quintero, el curso se concibe como un taller que permite actualizar conocimientos acerca de las consultas más habituales que sobre salud infantil pueden realizarse cada día en una oficina de farmacia.

Así, en la segunda edición se abordaron desde temas relacionados con los fár-

macos más usados en edad pediátrica (características farmacocinéticas, novedades en vacunas, etc.) hasta aspectos nutricionales prácticos (estrategias de alimentación para un niño que come mal, cómo actuar ante casos de obesidad, etc.) pasando por el manejo del profesional farmacéutico ante cuadros de patologías digestivas, problemas respiratorios o dermatológicos.

El curso cuenta con una acreditación de 2.03 créditos por la Agencia de Calidad Sanitaria de Andalucía y está acogido al Plan de Formación Bonificada del Colegio.



Acuerdo con Ribamar para el desarrollo conjunto de programas de formación

Estos programas se dirigirán sobre todo a titulados sin experiencia laboral. El acuerdo también comprende la participación de los estudiantes en proyectos de interés farmacéuticos tanto a nivel internacional como nacional

El Colegio de Farmacéuticos de Sevilla ha suscrito con el Centro de Estudios Profesionales Ribamar un acuerdo que comprende el desarrollo de programas conjuntos de formación (en especial, para titulados sin experiencia laboral) así como la participación de los estudiantes en proyectos de interés farmacéuticos tanto a nivel internacional como nacional.

Asimismo, en virtud de este convenio, nuestra corporación apoyará la formación profesional y posterior inserción laboral de los alumnos del Grado Medio de Técnico de Farmacia y Parafarmacia que cursen

sus estudios en dicho centro formativo hispalense.

“El personal técnico constituye una pieza fundamental en el correcto funcionamiento de una oficina de farmacia, en directa relación con el personal facultativo. Es por ello que desde el Colegio consideramos necesario apostar por las nuevas generaciones de profesionales, ofreciéndoles las herramientas necesarias para que su formación sea la más completa posible, acorde a las necesidades de las propias boticas así como de los pacientes”, explicó nuestro presidente Manuel Pérez, tras

la rúbrica del convenio de colaboración con Ribamar.

El programa docente para Técnico de Farmacia y Parafarmacia comprende un amplio número de asignaturas, entre las que se incluyen algunas tales como Formación Magistral, Dispensación de Productos Farmacéuticos, Operaciones Básicas de Laboratorio, Anatomofisiología y Patología Básicas, Promoción de la Salud o Primeros Auxilios. Las sesiones lectivas se completarán con otras prácticas, que se desarrollarán fundamentalmente en la red de oficinas de farmacia de la provincia de Sevilla, que comprende a 870 boticas.

Manuel Pérez expone en Argentina las lecciones aprendidas por la farmacia española durante la crisis

Participó en las 12ª Jornadas Federales e Internacionales sobre Política, Economía y Gestión del Medicamento de la provincia de San Luis

El presidente de nuestro Colegio, Manuel Pérez, participó a finales de agosto pasado en las 12ª Jornadas Federales e Internacionales sobre Política, Economía y Gestión del Medicamento de la provincia de San Luis, en Argentina, en la que ofreció una conferencia titulada ‘Las farmacias españolas ante la crisis económica. Lecciones aprendidas’.

Las palabras de Manuel Pérez, único representante español en el encuentro, se siguieron con especial interés por los asistentes a las jornadas dado que la farmacia argentina también vive una difícil situación como

consecuencia de la comprometida realidad económica del país sudamericano.

Durante su intervención, el presidente de nuestra corporación desglosó la controvertida situación que ha vivido la farmacia española desde el inicio de la crisis y el efecto que ha tenido sobre su sostenibilidad las distintas medidas legislativas adoptadas por las administraciones públicas y que tenían como fin contener el gasto público.

También abordó las medidas emprendidas por el conjunto de la profesión farmacéutica para paliar dicha realidad. En este sentido, profundizó en la apuesta que en toda Espa-



ña se está haciendo en proyectos de cartera de servicios, poniendo como ejemplo la propia del Colegio de Farmacéuticos de Sevilla impulsada junto con Cecofar. Iniciativas, en todo caso, puestas en marcha desde las propias organizaciones colegiales profesionales, cuya labor en tiempos de crisis en defensa de los profesionales farmacéuticos resaltó a lo largo de su intervención.

Dos exposiciones a beneficio de la labor de Mehuer

El Colegio acogió hasta el 30 de octubre una muestra de dioramas elaborados con figuras 'Clicks' y otra de retratos a beneficio de la investigación en enfermedades raras y medicamentos huérfanos

La sede del Colegio acogió hasta el pasado día 30 de octubre dos exposiciones creadas con un fin común: promover el apoyo a la Fundación Mehuer, entidad creada nuestra corporación para promover la investigación y la divulgación en torno a las enfermedades raras.

Una de las exposiciones recogió dos dioramas creados a base de juguetes, que constaban de más de 5.000 piezas y que reunieron unas 500 figuras conocidas popularmente como 'Clicks'. El mayor de los dioramas recreó un puerto inglés con el que los responsables de la instalación —miembros de la Asociación Andaluza de Clicks- quisieron recordar la importancia del tráfico marítimo con Latinoamérica para la importación de materias primas que han servido de base para la elaboración de multitud de medicamentos. La otra recreación, más pequeña, reflejó la evolución que ha vivido la oficina de farmacia a lo largo de tres etapas concretas: la Edad Media, la época victoriana y la actualidad.

De forma paralela a esta exposición, la sede del Colegio de Farmacéuticos tam-



Manuel Rivero, coordinador del Dpto. de Tesorería del Colegio y autor de los dioramas.

bién acogió durante el mismo periodo una muestra de retratos elaborados por Fran Sánchez, considerado uno de los retratistas más destacados de la escena artística española, habitual de publicaciones como la revista Hola, y que ha colaborado con

guías editadas por el Museo de Bellas Artes de Sevilla o el Museo del Carruaje de la capital hispalense. Sánchez reunió en esta su primera exposición como profesional una colección de retratos de reconocidos artistas cargados de un enorme realismo.

Actividad colegial

Una oportunidad única para conocer la historia de Sevilla

La Fundación Avenzoar y el colectivo de farmacéuticos jubilados organizan el ciclo de ponencias 'Otra manera de conocer Sevilla: Lo que sus calles nos enseñan', que estarán impartidas por Joaquín Herrera Carranza

La Fundación Farmacéutica Avenzoar, en colaboración con el colectivo de Farmacéuticos Jubilados de nuestro Colegio, ha puesto en marcha una nueva iniciativa cultural destinada a mostrar el patrimonio presente en las calles de Sevilla y que habitualmente pasa desapercibido a ojos del gran público. 'Otra

manera de conocer Sevilla: Lo que sus calles nos enseñan' es el nombre de este ciclo de ponencias que se desarrolla en el salón de actos de la sede colegial y que estarán impartidas por Joaquín Herrera Carranza.

El programa de este proyecto comenzó el pasado 6 de octubre, con un pre-



sentación y la ponencia. "Una lección de historia de historia de las calles de Sevilla. Los doce sevillanos ilustres del Palacio de San Telmo".

Pueden consultar las sesiones previstas para los próximos meses en la web:

<http://www.farmaceticosdesevilla.es>

El Colegio promueve una mayor prevención de las enfermedades cardiovasculares

Participó en el Movimiento Corazones Contentos, una iniciativa para mejorar la salud cardiovascular, promovida por el grupo Atresmedia (Antena 3 TV, La Sexta, Onda Cero, etc.), Puleva y el diario ABC

Concienciar a la sociedad de la importancia de cuidar la salud cardiovascular. Ese fue el objetivo del Movimiento Corazones Contentos, una iniciativa promovida por los medios del grupo Atresmedia (Antena 3 TV, Onda Cero, La Sexta, etc.), Puleva y el diario ABC, y en cuya cita en Sevilla, que tuvo lugar el pasado 17 de septiembre, colaboró nuestro Colegio junto a entidades como el Ayuntamiento de Sevilla o la Fundación Cajasol.

La sede de esta fundación en la Plaza de San Francisco de Sevilla acogió con motivo de esta iniciativa un foro para concienciar a la población de la importancia de cuidar la alimenta-

ción y adoptar un estilo de vida saludable desde la infancia. Moderado por el Dr. Bartolomé Beltrán, el acto contó con la participación de la actriz Belén Rueda, que ejerció de madrina del Movimiento Corazones Contentos; Manuel Pérez, presidente de nuestro Colegio; M^{ra} del Mar Sánchez, delegada de Cultura, Educación, Juventud y Deporte del Ayuntamiento de Sevilla; y Federico Lara, coordinador científico del Instituto Puleva de Nutrición.

La campaña Movimiento Corazones Contentos, que cuenta con el aval de la Fundación Española del Corazón así como de SEMERGEN, que aglutina a los médicos de Atención Pri-

maria, ha puesto en marcha el mayor test interactivo realizado en España –disponible en la web www.corazonescontentos.com– para promover la prevención de enfermedades cardiovasculares, que permite, de una forma sencilla, evaluar los hábitos de los participantes y concienciar de la importancia que tiene para el corazón mantener una dieta equilibrada y practicar ejercicio.

Este test que ya han realizado más de 250.000 personas, permite saber el estado en el que se encuentra el corazón, al tiempo que promueve hábitos alimenticios que ayudan a mantener el corazón más sano.

■ ■ ■ nombres propios

Carmen Peña

La presidenta del Consejero General, Carmen Peña, ha sido elegida presidenta de la Federación Internacional Farmacéutica (FIP), cargo al que fue propuesta por el Bureau de esta organización. La elección se produjo en el marco del 74º Congreso Internacional celebrado en Bangkok.

En sus palabras ante el Consejo de la FIP, Peña se comprometió a “promover y defender los intereses de la profesión y el desarrollo profesional, tanto a nivel individual como colectivo”. Según dijo, esta designación reconoce el camino que se ha iniciado en España a través de la Organización Farmacéutica Colegial, “para continuar avanzando hacia una Farmacia Profesional y Sostenible”.

Carmen Peña había sido vicepresidenta de la FIP desde 2008, y el año pasado recibió el Premio “Fellow Award” por su “fuerte liderazgo internacional” y su contribución al “avance de la profesión farmacéutica”.

Desde el Colegio de Farmacéuticos de Sevilla manifestamos nuestra más sincera enhorabuena a Carmen Peña por su reciente elección, deseándole un fructífero mandato al frente de la principal organización farmacéutica colegial del mundo.



Jaime Acosta

Definitivamente, la FIP va a tener en los próximos años acento español. A la elección de Carmen Peña como presidenta de esta

institución se le unió la designación de Jaime Acosta como miembro de la Sección de Farmacia Comunitaria de la FIP. De padre y madre titulares de farmacia, y titular de oficina de farmacia desde hace trece años, Jaime Acosta ha sido director de Infarma (en 2012 y 2014), jornadas a las que ha imprimido un mayor peso profesional para incentivar la investigación en farmacia, y se ha ocupado de la gestión de la comunicación 2.0 de la Sección de Farmacia Comunitaria de la Federación Internacional de Farmacia (FIP), a través de Twitter y Facebook.



Síguenos

Ahora también puedes seguir
toda la actualidad de tu Colegio
y de la Farmacia en



@COF_Sevilla

COLEGIO OFICIAL DE
FARMACÉUTICOS DE SEVILLA



REAL E ILUSTRE
COLEGIO DE FARMACÉUTICOS
DE SEVILLA