

Directora: Mercè Prats

Jefa de redacción: Cinta Bosch

Asesores y colaboradores: E. Alía, E. Granda, A.E Gómez Ayala, J. Amado, L. Azcona, J.A. Sánchez Dantas, J. Benedí, J.G. Frasquet, J. del Arco, J.M. Besalduch, Ll. Puig, M. Garaulet, M.A. González Vázquez, J. Rovira, J. Sebastián, S. Suárez.



ELSEVIER

Travessera de Gràcia, 17-21.
08021 Barcelona
Tel. 932 00 07 11.

Fax: 932 09 11 36

Correo electrónico: farmaciaprofesional@elsevier.es

PUBLICIDAD

Directora de ventas área farmacia: Cristina Zanetti

Sede Barcelona: Travessera de Gràcia, 17-21.

08021. Barcelona

Tel. 932 00 07 11. Fax: 932 09 11 36

Correo electrónico: c.zanetti@elsevier.com

Sede Madrid: José Abascal, 45. 3.ª planta. 28003 Madrid.

Tel. 914 02 12 12. Fax: 914 02 09 54

Suscripciones y Atención al Cliente:

Elsevier España, S.L.

Travessera de Gràcia, 17-21

08021 Barcelona. Tel. 902 88 87 40

Correo electrónico: suscripciones@elsevier.com

Tarifas suscripción anual:

Profesional (papel + online): 110,02 euros (IVA incluido)

Profesional sólo online: 95,6 euros (IVA incluido)

Instituciones: 278,53 euros (IVA incluido)

Protección de datos: Elsevier España, S.L. declara cumplir lo dispuesto por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

Distribución: Formato 3, Servicio de Marketing, S.A.

Revista bimestral de farmacia

ISSN: 0213-9324

Miembro de la Asociación Española

de Prensa Profesional (APP)

Sección española de la Federación

Internacional de la Prensa Periódica (FIPP)

Impresión: Litografía Rosés, S.A.

Depósito legal: B-14.216-87

© 2014 Elsevier España, S.L.

Reservados todos los derechos

Se prohíbe la reproducción total o parcial por ningún medio, electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, grabados o cualquier otro sistema, de los artículos aparecidos en este número sin la autorización expresa por escrito del titular del copyright.

ELSEVIER ESPAÑA, a los efectos previstos en el artículo 32.1 párrafo segundo del vigente TRLPI, se opone de forma expresa al uso parcial o total de las páginas de FARMACIA PROFESIONAL con el propósito de elaborar resúmenes de prensa con fines comerciales. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

En todos los trabajos publicados por FARMACIA PROFESIONAL aparece el nombre del autor o autores y su identidad claramente identificada. Éstos representan la opinión de sus autores y FARMACIA PROFESIONAL no se responsabiliza de los criterios que en ellos se exponen.

Elsevier no tendrá responsabilidad alguna por las lesiones y/o daños sobre personas o bienes que sean el resultado de presuntas declaraciones difamatorias, violaciones de derechos de propiedad intelectual, industrial o privacidad, responsabilidad por producto o negligencia. Elsevier tampoco asumirá responsabilidad alguna por la aplicación o utilización de los métodos, productos, instrucciones o ideas descritos en el presente material. En particular, se recomienda realizar una verificación independiente de los diagnósticos y de las dosis farmacológicas.

Aunque el material publicitario se ajusta a los estándares éticos (médicos), su inclusión en esta publicación no constituye garantía ni refrendo alguno de la calidad o valor de dicho producto ni de las afirmaciones realizadas por su fabricante.

Editorial

Internet y farmacia

La posibilidad de vender medicamentos que no requieren receta médica a través de internet, posibilidad legal gracias a la aprobación del RD 870/2013, ¿puede significar una nueva vía de negocio empresarial para las farmacias de nuestro país?

Esta es una pregunta que no tiene una respuesta fácil, ni desde el punto de vista económico, ni desde el punto de vista profesional, dadas las características intrínsecas de la farmacia española (proximidad, equidad, etc.).

En otros países, este tipo de venta funciona desde hace varios años y en algunos, como en el Reino Unido, los pacientes pueden recibir incluso medicamentos sujetos a prescripción médica gracias a la receta que por vía telemática envía, firmada y validada, el médico desde su propia consulta. Esto permite que un enfermo crónico no tenga que desplazarse físicamente a la farmacia y pueda recibir mensualmente, o con la periodicidad que establezca su médico, su medicación en la comodidad de su hogar. En España, no obstante, ya existen programas de atención domiciliaria para enfermos crónicos que actúan de forma similar, con la particularidad de que no es un transportista quien lleva los medicamentos al domicilio del enfermo, manteniéndose así el contacto farmacéutico-paciente.

No obstante, la vía internet es una posibilidad que no hay que despreciar, dado que la venta *online* de la mayoría de productos de primera necesidad está creciendo y se espera que en nuestro país aumente hasta los niveles en los que se encuentra en otros países de nuestro entorno sociocultural y en donde este tipo de compra está arraigado y es habitual.

En España, los productos de parafarmacia ya son objeto de venta a través de la red, y aunque no son muchas las farmacias con la infraestructura y la capacidad para llevarla a cabo, existen agrupaciones de compra y asociaciones de farmacéuticos con una sede común que permite subsanar este problema.

Para ellos, la venta de medicamentos de no prescripción por internet será más fácil porque ya disponen de la infraestructura necesaria para llevarla a cabo, aunque deberán adaptar nuevos sistemas de comunicación segura con los pacientes como chats *online* o videollamadas para cumplir con la legislación.

No obstante, según expertos consultados, hoy por hoy este será un tipo de compra residual y solo de determinados medicamentos de botiquín, como el ácido acetilsalicílico, el paracetamol o medicamentos para pequeñas dolencias, como las pomadas antiinflamatorias o hemorroidales. Es decir, se entiende que al pedido habitual de parafarmacia de los clientes que ya hoy compran este tipo de productos a través de internet, se añadirá alguno de estos productos.

El tiempo dirá.

MERCÈ PRATS
Directora

