



# La reinvencción del sector farmacéutico a través de la digitalización

En los últimos años, la digitalización se ha convertido en un tema primordial para las autoridades del Estado español. Precisamente, uno de los compromisos del gobierno en su Agenda Digital es ofrecer conexión de 100 MB para el 100% de la población en 2025 y, además, con la llegada de los fondos europeos, se espera que el salto a la comunicación digital por parte del gobierno sea una realidad inminente.

## Valero Pallàs

Director general de Ecoceutics.  
Barcelona

Esta necesidad e interés por todo lo que rodea a la digitalización se debe al uso intensivo que hace la sociedad de internet, de las redes sociales, así como a la disrupción económica que ha supuesto la aparición de estas. Según publicaron Hootsuite y We Are Social en su informe *Digital 2021*, el 80% de la población española realiza un uso habitual de las redes sociales.

Precisamente por este motivo las empresas no pueden permitirse ignorar este canal y herramienta de comunicación, y deben adaptarse a los cambios tecnológicos y sociales, así como a sus consecuentes necesidades. Si una persona está acostumbrada a relacionarse con, por ejemplo, la administración pública de manera digital y constante, ¿no exigirá lo mismo a las empresas? La transformación digital ha pasado de ser una opción a una necesidad; ninguna empresa, sector o país puede ignorarla.

## El papel de la digitalización en el sector farmacéutico

Debido a la gran capilaridad existente en nuestro país en cuanto a establecimientos de farmacia se refiere y a la estructura de gasto público que existe en nuestro país, tendría todo el sentido afirmar que el sector farmacéutico cobra-

«Digitalizarse significa utilizar toda la tecnología para ser más productivo, eliminando todas aquellas tareas que te alejan de tu razón de ser»

«El sector farmacéutico de nuestro país debe reinventarse para poder habituarse a las nuevas necesidades de esta sociedad cambiante, exigente y cada vez más adaptada a la digitalización»



rá más importancia si cabe, evolucionando de su tradicional papel de dispensador de medicamentos a un centro de bienestar e incluso de atención primaria de baja intensidad.

El farmacéutico se convertirá en un consejero especializado que guiará al paciente a lo largo de su tratamiento, con mayores facultades de prescripción y asistencia. Y este cambio requerirá una reinención del rol farmacéutico, ya no solo en cuanto a productos y medicamentos, sino también en su relación con el usuario. Es ahí donde radica la importancia de la transformación digital, ya que ofrece oportunidades para acompañar al ciudadano en temas de salud.

La digitalización para el sector farmacéutico no significa vender por internet. Forma parte, pero no es imprescindible para ello. Digitalizarse significa utilizar toda la tecnología para ser más productivo, eliminando todas aquellas tareas que te alejan de tu razón de ser. ¿Y qué significa ser más productivo? Hacer más con menos. Por ello, gracias a este proceso, las farmacias pueden implantar nuevos servicios asistenciales, educar a la población en áreas sociosanitarias, dar consejo farmacéutico o impartir ponencias sobre prevención en colegios. En definitiva, dejar de dedicar tiempo a tareas burocráticas para dedicarlo a la sociedad.

### La digitalización en el continente europeo

Actualmente, en Europa existen diferentes organizaciones que abogan por la ampliación del papel de la farmacia. Por ejemplo, en Escocia hay 18 instituciones (que agrupan a más de 60.000 médicos) que solicitan la digi-

talización del sector sanitario para potenciar la atención multidisciplinaria y transversal.

No obstante, en España la mayoría de las farmacias no están digitalizadas, y esto se puede comprobar en el hecho de que continuamos punteando facturas, haciendo pedidos manuales y verificando las condiciones manualmente. Y todos estos procesos podrían hacerse más fácilmente, y más rápidamente, con el uso de la tecnología.

De hecho, los propios pacientes exigen cada vez más personalización, rapidez, transparencia y conveniencia en los procesos de compra. Y la digitalización responde a todas estas demandas. Por ello, el sector farmacéutico de nuestro país debe reinventarse para poder habituarse a las nuevas necesidades de esta sociedad cambiante, exigente y cada vez más adaptada a la digitalización. Se trata, por una parte, de volver a las raíces de la farmacia y ofrecer una atención personalizada y cercana que recupere la figura del boticario como prescriptor; y por otra, de incorporar herramientas y tecnologías que hagan evolucionar a las farmacias para que sus profesionales puedan, precisamente, dedicar el máximo de tiempo posible a sus clientes. En definitiva, hay que avanzar hacia el futuro para recuperar la esencia de las farmacias del pasado. ●

### Bibliografía

Marín B. Cerrar la brecha digital, evitar el desastre. El País, 17 de octubre de 2020. Disponible en: <https://elpais.com/ideas/2020-10-16/cerrar-la-brecha-digital-evitar-el-desastre.html>

Salgado L. Digital 2021 España: 8 millones de nuevos usuarios en redes sociales. We Are Social 2021. Disponible en: <https://wearesocial.com/es/blog/2021/02/digital-2021-espana-8-millones-de-nuevos-usuarios-en-redes-sociales>

**elfarmacéutico** | FORMACIÓN

XVIII Curso online Atención farmacéutica

# Productos naturales: fitoterapia y complementos alimenticios

Directora:

**María José Alonso Osorio**

Farmacéutica comunitaria, diplomada en Fitoterapia  
y especialista en Farmacia Galénica e Industrial

Desarrolla habilidades  
específicas para la  
recomendación de  
**productos naturales**  
y su aplicación en  
indicación farmacéutica

fecha de inicio  
**24 de enero de 2022**

Solicitada acreditación

Más  
información



[www.elfarmacéutico.es/formacion/cursos](http://www.elfarmacéutico.es/formacion/cursos)



Con el patrocinio de

**Prodeco Pharma**  
*ética per natura*

LABORATORIOS

**NHCO**  
NUTRITION