

Plataformas digitales para una farmacia asistencial

La digitalización está presente en todos los ámbitos de nuestra vida, y la farmacia no podía ser una excepción. La proliferación de plataformas e iniciativas abre interrogantes sobre su viabilidad futura. ¿Terminará alguna de las herramientas actuales imponiéndose como única solución? ¿Cómo permiten humanizar, mejorar la adherencia y optimizar la labor asistencial las nuevas soluciones? ¿Qué diferencia a las plataformas de venta de las de servicios, como la que impulsan organismos como el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF)?

Javier Granda Revilla

Periodista freelance
especializado en salud

Raquel Martínez, secretaria general del CGCOF, recuerda que la profesión farmacéutica tiene una larga tradición en «poner las nuevas tecnologías al servicio de su actividad asistencial. NodoFarma es la plataforma que permite conectar en red a todas las farmacias de España, facilitando a los farmacéuticos el registro de la información sanitaria y farmacoterapéutica de los pacientes, previo consentimiento y con todas las garantías de protección y seguridad».

Como añade, también se trata de un servicio que conecta a las farmacias adheridas a la plataforma para que los farmacéuticos puedan prestar servicios profesionales asistenciales de forma protocolizada, homogénea e interoperable. Otra característica del servicio es que permite que los pacientes adheridos puedan dar a conocer al farmacéutico toda su medicación y problemas de salud acudiendo con su tarjeta a cualquier farmacia que participe en esta iniciativa, sea cual sea la comunidad autónoma en la que se encuentren.

En mayo de 2022, tras dos años y medio del programa piloto, son ya 34 colegios oficiales de farmacéuticos los que están adheridos a esta plataforma y

cuentan con los servicios profesionales farmacéuticos asistenciales de dispensación, indicación farmacéutica y registro de la medicación.

«NodoFarma Asistencial ha crecido desde su inicio tanto en funcionalidades como en contenidos y documentación alojada en diferentes accesos, como sistema de ayuda a los farmacéuticos en su actividad asistencial diaria. Además, los formadores colegiales desarrollan una labor fundamental trabajando de manera conjunta con los farmacéuticos, desarrollando materiales que son alojados en la plataforma y formaciones específicas, y realizando también talleres, sesiones de casos prácticos o de actualización de conocimientos», enumera Martínez.

Más herramientas

Este año está prevista la incorporación en la plataforma del Servicio de Adherencia Terapéutica, una herramienta que considera fundamental: «Se pondrá a disposición de todos los farmacéuticos participantes. Esperamos que sea un hito en la actividad asistencial de todos ellos, para lo que resultará fundamental su implantación en el máximo número de farmacias de nuestro país».

En cuanto a la digitalización de las farmacias, recalca que digitalizar «siempre es humanizar. Y, por tanto, la digitalización se debe materializar en ayuda para el farmacéutico y beneficio para el paciente. En nuestro caso, la digitalización la hemos concretado en una ambiciosa Agenda Digital, que recoge cinco ejes de actuación y 28 proyectos. Hoy en día, más de la mitad de estos proyectos están operativos y la mayoría se han desarrollado mediante sólidas alianzas con instituciones públicas y privadas, profesiones sanitarias, administraciones, asociaciones de pacientes y entidades de la sociedad civil».

Como ejemplos de ello cita, además de NodoFarma, «proyectos tan importantes como el Sistema de Receta Electrónica Privada, CisMED o Farmahelp en el ámbito de las incidencias de suministro, que proporcionan herramientas informativas y de ayuda. O el proyecto de Recertificación Continua del Farmacéutico, mediante el cual la Organización Farmacéutica Colegial ha puesto a disposición de los farmacéuticos colegiados un sistema para reflejar el mantenimiento y mejora de sus competencias profesionales».

Respecto a la coordinación entre las diferentes plataformas, considera que debería estar liderada por el Consejo General. «Esa es la filosofía de NodoFarma, extenderse por todas las comunidades autónomas para universalizar su uso, llegando a todas las farmacias y a todos los pacientes. Con este objetivo, para el que ya existen plataformas de servicios profesionales farmacéuticos asistenciales, se trata de poder hacerlas interoperables para que cualquier ciudadano pueda disponer de su información en cualquier farmacia de España. Para noso-



«La digitalización se debe materializar en ayuda para el farmacéutico y en beneficio para el paciente»

Raquel Martínez



tros, el objetivo es que cualquier farmacéutico desde su farmacia, en cualquier lugar de España, pueda tener una herramienta sin coste adicional integrada en su programa de gestión que le permita realizar todos los servicios profesionales farmacéuticos asistenciales con agilidad, rapidez y seguridad», reitera Martínez.

En su opinión, las plataformas de servicios profesionales farmacéuticos asistenciales son una herramienta «imprescindible» de apoyo a la actividad de los farmacéuticos. Entre otras ventajas, destaca que permiten el registro sencillo, homogéneo y protocolizado de la actividad profesional centrada en la prestación al paciente; conectan a las farmacias entre sí ofreciendo al paciente una red de asistencia farmacéutica en línea, y permiten al farmacéutico ofrecer al médico información unificada para la toma de decisiones, impulsando así la práctica colaborativa.

Iniciativa pionera

«SEFAC lanzó la primera plataforma, e_XPERT», destaca Eduardo Satué de Velasco, vicepresidente segundo y responsable de nuevas tecnologías de la Sociedad Española de Farmacia Clínica, Familiar y Comunitaria (SEFAC). «Lo que hicimos en 2015 fue concebir cómo debía ser una plataforma digital de servicios profesionales cuando nadie tenía una. En ese momento había una proliferación de programas que se dedicaban a una patología concreta: hipertensión, diabetes, asma... Esto causaba el problema básico de que triplicaba o cuadruplicaba el trabajo porque había que introducir al mismo paciente en cada programa. Por eso, entendimos que era necesario desarrollar una plataforma de servicios que fuera integral, para evitar esa dispersión. Y debía recoger los proto-

colos que desarrolla la propia Sociedad, consensuados con otras sociedades científicas. Por otro lado, debía permitir conocer la situación estadística de los pacientes para poder incidir dónde podíamos mejorar como profesionales», describe.

Su balance es que la plataforma asistencial «resulta indispensable para poder dar el giro asistencial en la farmacia comunitaria. Es decir, pasar de una farmacia muy centrada en el producto a una profesión mucho más centrada en el paciente, en la que lo importante sea cómo resolver su problema de salud y cómo mejorar su calidad de vida más que el medicamento en sí, que solo es una herramienta. Para eso es necesario realizar una serie de prácticas que van más allá de la dispensación y que requieren un desarrollo de servicios tanto de evaluación de los nuevos medicamentos como de seguimiento, de programas de salud pública... En este sentido, estamos muy satisfechos porque e_XPERT recoge todas esas iniciativas».

El principal problema que recalca es que es preciso un cambio de actitud por parte de la farmacia comunitaria para que se le dé más valor a esa labor asistencial. «Si no registramos y protocolizamos y estandarizamos lo que hacemos, va a ser muy difícil que generemos un impacto medible y evaluable en salud. El reto es que los farmacéuticos comunitarios lo asuman, y no queda otra opción que desarrollar la labor asistencial en la farmacia», expone.

SEFAC también ha apostado por la teleatención farmacéutica, impulsando la labor asistencial a distancia de la farmacia. Pero, como advierte, «no debe confundirse con el e-commerce o con la venta online: la teleatención complementa la atención farmacéutica presencial, haciéndola a distancia. Es uno de los caballos de batalla que debemos desarrollar, y, por ejemplo, ya hemos creado una app

que enlaza nuestra plataforma con el paciente, de manera que puede tener en su móvil o en su tableta todos los servicios que se están realizando. Además, en este campo estamos trabajando con la Sociedad Europea de Farmacia Clínica».

Satué insiste en que SEFAC lleva «muchos años» apostando por la convergencia de plataformas. Como recuerda, «en Infarma 2018 se celebró una sesión sobre este tema y planteamos un problema: hay que generar un estándar de datos sanitarios. Uno de los graves problemas que tiene España —en cualquier ámbito de la salud, no solo en la farmacia— es la dispersión de los datos sanitarios. Hay muy pocos estándares de datos sanitarios, no hay unos indicadores de calidad que precisen cómo debe ser ese dato y no son compatibles entre sí en los distintos programas. Como consecuencia, se genera una fragmentación que echa al traste la investigación, y el Ministerio de Sanidad y los colectivos profesionales deben afrontarlo».

En su opinión, el CGCOF tiene un papel clave en la generación del estándar de datos sanitarios, «aunando los distintos programas y plataformas. Pero no para ser uno de los "competidores" de las plataformas y que todos nos sumemos a la suya; no se puede ser juez y parte. Tiene que generar un espacio o unos estándares a los que puedan sumarse todas las iniciativas de programas que se vayan creando».

Mejorar la relación con el paciente

En el campo de las plataformas de servicios también deben citarse iniciativas regionales, como Axón Farma, impulsada desde Andalucía, o Farmaserveis, en Cataluña. «Farmaserveis es una herramienta tecnológica que facilita la prestación de servicios profesionales», resume Núria Bosch, vicepresidenta del COF de Barcelona. «Tiene como objetivo mejorar la relación actual con el paciente y conectar con su salud digitalmente, poniendo en valor la red de farmacias, y aporta todas las herramientas necesarias para asegurar la prestación de los servicios de forma reglada y homogénea», añade.

Entre las diferentes herramientas destacan las guías de intervención profesional consensuadas con el sistema sanitario y sociedades científicas, y la formación, protocolización, digitalización y seguimiento de la intervención profesional, «que garantizan valores reproducibles, rigurosos y de calidad en toda la red de farmacias». Además, la plataforma cuenta con repositorios de datos del paciente y de los necesarios consentimientos informados, custodiados por el Consell de Col·legis Farmacèutics de Catalunya (CCFC). Todo ello «permite una adaptación al mundo digital y herramientas de comunicación con el paciente para garantizar en todo momento el acceso a sus datos de salud. Y, por otro lado,



«SEFAC e_XPERT es indispensable para poder dar el giro asistencial en la farmacia comunitaria. Es decir, pasar de una farmacia muy centrada en el producto a una profesión mucho más centrada en el paciente»

Eduardo Satué de Velasco



AHORA, haz + por tu microbiota

Nº IPCT WO2016/14185, FORTÉBIOTIC+ Inmunidad: (1) Las vitaminas B6 y B12 contribuyen al funcionamiento normal del sistema inmunitario. FORTÉBIOTIC+ Inmunidad niños: (2) La vitamina D contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunitario de los niños. FORTÉBIOTIC+ Flora Íntima: (3) La vitamina B2 contribuye al mantenimiento de las mucosas en condiciones normales. Complementos alimenticios. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada y un modo de vida saludable.



CON CEPAS MICROBIÓTICAS

SERVICIO NUTRICIÓN ONLINE GRATIS en yoelijocuidarme.es

@fortepharmaes



REIG **JOFRE**
TRADITION OF INNOVATION



«Farmaserveis tiene como objetivo mejorar la relación actual con el paciente y conectar con su salud digitalmente, poniendo en valor la red de farmacias»

Núria Bosch



ayuda a la consolidación de la red de farmacias y profesionales, acercando al paciente con ayuda de dispositivos móviles», destaca.

Actualmente, los servicios que ofrece están relacionados con el seguimiento y registro de parámetros (presión arterial, glicemia/HbA_{1c}, perfil lipídico y parámetros antropométricos), la cesación tabáquica, el consejo alimentario y la entrega de medicamentos hospitalarios de dispensación ambulatoria. Próximamente, se añadirá el cribado de cáncer de colon y recto.

Bosch subraya que también se han integrado en Farmaserveis estudios clínicos en los que participa el farmacéutico, como por ejemplo Derma-Risc y Farmacogenética. Y, durante la pandemia, se han utilizado para la supervisión de TAR y para el proyecto Jo DIC, que es el cribado de sintomatología compatible con la COVID-19. En un corto plazo de tiempo estará disponible para el usuario, de forma que podrá acceder a todos sus datos de salud a partir de servicios prestados en su farmacia y, con ello, mejorar la comunicación con el farmacéutico. «Nuestra plataforma proporciona ventajas en comunicación, seguridad, comodidad y fidelización», recalca.

En cuanto a la digitalización de la farmacia, además de Farmaserveis, Bosch destaca que son muchas las herramientas que se están impulsando para hacer frente a situaciones del día a día de la farmacia y para ofrecer mejores soluciones a profesionales y usuarios. Una especialmente útil es Farmahelp, una aplicación desarrollada por el Consejo General para solucionar problemas de suministro de medicamentos gracias a la cual, cuando un paciente pide un medicamento con problemas de suministro y las farmacias no lo tienen en stock, se puede solicitar en las farmacias más próximas.

«También se están haciendo grandes avances en otras herramientas dirigidas a mejorar la seguridad de la dispensación de medicamentos: receta electrónica privada y pública, interoperabilidad europea, vales de estupefacientes electrónicos, SEVeM, dispositivos para el control de la temperatura de las neveras...», señala Bosch.

Desde su punto de vista, en este proceso de cambio «es importante valorar el gran potencial que tienen las farmacias, integradas en el sistema sanitario, como red asistencial. La digitalización es una gran aliada para poder realizar un correcto seguimiento de la salud del paciente, coordinarnos entre diferentes niveles asistenciales y aportar valor al conjunto del sistema de salud. No obstante, debemos ser conscientes de que la tecnología debe ser una facilitadora que ha de ayudar a conseguir objetivos, pero la implicación de los profesionales es decisiva en el futuro de todos estos proyectos», subraya.

¿Y sobre la coordinación entre plataformas? Considera que «es un reto difícil y se debe estudiar bien la mejor manera de hacerlo. Pero, en cualquier caso, no hay duda de que ese es el camino a seguir. Y es necesario un trabajo continuo para detectar las necesidades cambiantes del sector y de la sociedad y buscar las mejores soluciones, todo ello aprovechando las experiencias existentes y creando sinergias dentro del sector, implicando a los profesionales y facilitando los cambios para adaptarse a las necesidades del usuario».

Según su criterio, una plataforma de registro es de gran ayuda para que el farmacéutico, como profesional sanitario, pueda ver la evolución del usuario y, de este modo, mejorar los resultados de salud. «Asimismo, una de las grandes ventajas de las farmacias es trabajar en red. Mediante la receta electrónica todas las farmacias ofrecen el servicio de dispensación de medicamentos, y trasladar el mismo concepto a la prestación de servicios asistenciales, con una plataforma desarrollada por la corporación, permite avanzar en la digitalización de la relación con el paciente y que el farmacéutico acceda a herramientas que de forma individual no podría asumir, debido al conocimiento y a los recursos que requieren para su implantación y posterior desarrollo».

Bosch considera que, en este nuevo escenario, «debemos ser conscientes del gran valor que tienen los datos en el mundo digital; de ahí la importancia de ser especialmente cuidadosos con las normativas existentes y de velar por su seguridad, sobre todo garantizando en todo momento que el uso de esos datos se limita estrictamente a una finalidad sanitaria».

Soluciones propias de venta

Las cooperativas también han apostado por desarrollar sus propias soluciones: Cofares ha impulsado Welnia, mientras que Fedefarma ha puesto en marcha Farmaoffice Go y Hefame Farmacia F+.

«Fedefarma está muy lejos de creer que la digitalización empiece y acabe en un e-commerce. Es más: en absoluto pensamos que la transformación digital sea vender por internet. El día que la cercanía de la farmacia, su profesionalidad, atención farmacéutica y consejo como primer eslabón de nuestro servicio sanitario no sean valorados por la ciudadanía, ese día tendremos un problema. Pero no olvidemos que el e-commerce se aleja mucho de los atributos de posicionamiento de lo que es la farmacia. Y debemos ir con cuidado de no transmitir atributos de e-commerce no farmacéuticos a nuestros farmacéuticos, no sea que al final nosotros mismos confundamos a nuestros clientes», afirma Xavier Casas, presidente de Fedefarma.

El trabajo de esta cooperativa se ha centrado en crear un ecosistema digital «donde la farmacia pueda entrar en el mundo digital, cuyo objetivo final es que la farmacia se encuentre en un entorno virtual donde se vea reflejada, tanto en los valores como en los atributos, así como en las particularidades e individualidades de cada una de las farmacias físicas, pero en este caso en el mundo *online*. Es decir, nos centramos en la creación del “yo farmacia” en el mundo digital de forma coherente y omnicanal con el “yo farmacia” en el mundo físico».

Para Casas la digitalización se concreta en que «la farmacia debe estar presente en internet y sobre todo en Google. Es necesario tener una web donde comunique, a través de las redes sociales, quién es, qué hace y qué ofrece. Además, se concreta en conocer mucho mejor a su cliente y poder ofrecerle soluciones cada vez más personalizadas; también en conocer mejor qué ocurre en nuestro entorno y las tendencias del mercado. Se trata de permitir que se pueda transaccionar con el cliente en el mundo *online*, tener herramientas digitales con las que la farmacia pueda ofrecer los mismos servicios que proporciona en la farmacia física, adaptados desde fuera de la misma. Y si queremos más concreción, disponemos de los servicios de asesoramiento, creación de web, comunicación en redes sociales y *minimarkets* donde la farmacia tiene su propio TPV con Farmaoffice, la tarjeta de fidelización de Farmapremium, el BI [Business Intelligence], así como el nuevo ERP [Enterprise Resource Planning] de Fedefarma. Todos ellos son servicios y productos ofrecidos por nuestra cooperativa y líderes en su segmento, que cubren la mayoría de las necesidades que hoy en día la farmacia requiere para poder andar hacia esa transición».

¿Falta una estrategia de coordinación del sector que debería liderar el Consejo General? Desde su punto de vista, «para nada. Y menos por parte del Consejo. Los colegios han hecho un trabajo excelente con la implantación de la receta electrónica y la digitalización de procesos transaccionales, y me consta que se está trabajando en aquellos parámetros más de salud uniéndolos a lo que es la atención farmacéutica».

El reto, en su opinión, es que en las *apps* de las Consejerías de Salud de las diferentes comunidades autónomas «esté presente la farmacia. Que la farmacia esté en nuestro ecosistema sanitario, que es privilegiado a nivel mundial y que entre todos debemos hacer sostenible y eficiente. Y seguro que con la mayor integración de la farmacia en este espacio digital daremos una mayor respuesta a las necesidades sociales desde el punto de vista digital».

«No se debería pedir al Consejo que lidere una plataforma de e-commerce ya que ni la esencia de la profesión ni su futuro están en ello. Si pensamos que nuestro futuro como profesión y como modelo depende de la venta de la parafarmacia *online*, creo que nos equivocáramos. Su reto es transformar la profesión, su vertiente asistencial, sanitaria, su modelo de proximidad y accesibilidad en una experiencia omnicanal donde lo *online* y lo *offline* confluyan para el paciente», opina Casas.

Considera también que las farmacias deben unirse a plataformas «que no diluyan su razón de ser, de existir, ni el sujeto como farmacéutico. El objetivo de dar un servicio de cercanía a la población que durante tantos años se ha hecho de forma excelente y ha sido reconocido en el mundo físico, ahora también deberemos afrontarlo desde un mundo virtual, digital y alejado del espacio físico de la farmacia. E insisto en que, para hacer esa transición, desde Fedefarma creemos que tenemos las herramientas líderes para acercar lo que es cada farmacia al mundo digital, y en que nuestro proyecto para nada es un e-commerce, y menos que compita con lo que no representa la farmacia. Creemos firmemente que regalar atributos de la farmacia a nuestros competidores *online* es un error».



«Debemos ir con cuidado de no transmitir atributos de e-commerce no farmacéuticos a nuestros farmacéuticos, no sea que al final nosotros mismos confundamos a nuestros clientes»

Xavier Casas



Un solo sistema

Hefame ha apostado por que todas sus soluciones estén integradas en un solo sistema, la Farmacia F+. «Es una plataforma de servicios digitales que pone en el centro al paciente y que está arrojando resultados extraordinarios en relación con otros modelos. Ofrece nueve soluciones que la farmacia puede activar para adaptarse al nuevo paciente, y que se concretan en: un CRM [gestión de relaciones con los clientes] para mejorar el conocimiento y la interacción con el cliente; un club de fidelización; campañas digitales; herramientas de salud digital, para realizar el seguimiento de los parámetros básicos del paciente como la presión arterial, el peso o el colesterol; salud digital infantil para el seguimiento del crecimiento de niños y bebés, y herramientas de salud digital para la cesación tabáquica», destaca Isabel Santos, directora corporativa de Marketing y Marca Propia del Grupo Hefame.

Además, la plataforma ofrece la gestión de una agenda de servicios; un asistente de comunicación y promoción, que permite segmentar la base de datos para el envío de comunicaciones y promociones personalizadas; un *e-commerce*, con web individualizada para cada farmacia, que garantiza que vende y envía la farmacia; un quiosco digital, con catálogo táctil, para favorecer la compra autónoma del paciente desde el interior de la farmacia; y una *app* para el paciente, donde puede chatear con su farmacia y consultar promociones o datos de salud.

Entre los servicios de F+, Santos destaca el *e-commerce* 'fmasonline.com', una plataforma digital para la venta de productos de parafarmacia que pone a disposición de los usuarios un catálogo de más de 18 000

artículos de las principales marcas, y que permite hacer el pedido y seleccionar la farmacia en la que comprarlo entre una oferta de 1600 localizaciones en todo el país. «Se trata del único proyecto de venta *online* del sector farmacéutico que ofrece a la farmacia su propia página web con dominio propio, adaptada a la venta de medicamentos publicitarios, con posibilidad de entrega a domicilio o recogida en la farmacia, destacando especialmente el modelo de recogida gracias a la logística del Grupo Hefame, que llega a la farmacia hasta cuatro veces y permite prestar a los usuarios de la plataforma 'fmasonline.com' un servicio extraordinariamente ágil y sin competencia, fomentando la recogida en la farmacia. Con 'fmasonline.com' la farmacia vende y factura, los clientes son suyos y el producto siempre pasa por su oficina de farmacia, garantizando de esta manera el modelo mediterráneo de farmacia», describe.

En Hefame se ha asumido la transformación de las farmacias «como un reto, y hemos impulsado desarrollos innovadores que están permitiendo conciliar el mundo digital y físico en la farmacia, con muy buenos resultados. En nuestro caso, la digitalización de las farmacias es uno de los ejes estratégicos de trabajo y se concreta en el Proyecto F+, el único ecosistema que incluye todos los servicios digitales pioneros en el sector farmacéutico de nuestro país. Entre otras cosas, ayuda a las farmacias a mejorar la eficiencia en la comunicación con los pacientes y a atraer a nuevos; optimizar la rentabilidad; acceder a servicios de *e-Health*, y sincronizar la toma de valores de salud para su fácil gestión y análisis. Además, proporciona programas innovadores y muy precisos, como los cuadros de mando, para optimizar la gestión interna de las farmacias».

Como señala Santos, las plataformas están ayudando a las farmacias a ofrecer el servicio que demanda el nuevo cliente, «que es profundamente híbrido y se desenvuelve con la misma naturalidad en el mundo digital que en el físico. El hecho de que seamos una cooperativa nos lleva a reinvertir los beneficios en mejorar los servicios a las farmacias y, de un modo especial, en desarrollos tecnológicos y digitales que una farmacia por sí misma no puede asumir».

De este modo, las plataformas y los desarrollos digitales que han creado para las farmacias disminuyen el tiempo de espera en el establecimiento, ya que el cliente, si quiere, simplemente puede recoger el producto que le entregará su farmacéutico de confianza, y no se pierde la relación con el paciente. «Gracias a estas soluciones, ahora el paciente tiene la posibilidad de acceder a su farmacia a través de diferentes canales que le amplían el abanico de servicios más allá del espacio físico», destaca.



«Con 'fmasonline.com' la farmacia vende y factura, los clientes son suyos y el producto siempre pasa por su oficina de farmacia, garantizando de esta manera el modelo mediterráneo de farmacia»

Isabel Santos



Otro aspecto que considera que debe tenerse en cuenta es que la pandemia ha acelerado el uso de las tecnologías y ha modificado los hábitos de consumo. «Esto ha requerido reconsiderar el concepto de comercio, en nuestro caso de farmacia, y plantear un servicio que permite dar la atención que se demanda con todas las garantías. Los servicios digitales están ayudando a las farmacias a ofrecer un servicio adecuado a un nuevo perfil de consumidor, que está más informado, busca más productos por internet, compara precios... Pero, a la vez, es cercano y quiere mantener la proximidad con su farmacéutico», concluye la portavoz de Hefame.

Aumentar las ventas

Por último, deben citarse otras plataformas, como el Nodo de la Administración SNSFarma o la que impulsa LUDA Partners. Luis Martín Lázaro, cofundador de la empresa, explica que esta es una empresa tecnológica «a la que cualquier farmacia puede adherirse para avanzar en su proceso de digitalización, teniendo en cuenta dos objetivos muy definidos. Por un lado, el asistencial, de ayuda, que permite que un farmacéutico haga una búsqueda y localice el medicamento que necesita su paciente en la farmacia más cercana, para que el mismo paciente pueda ir y adquirirlo. De esta manera, lo ayuda a continuar con su tratamiento y a no perder adherencia. Por otro lado, el objetivo empresarial, según el cual LUDA Partners permite que las farmacias vendan sus productos de parafarmacia en internet y, de esa forma, reconecten con el paciente digital, que había abandonado los canales de distribución tradicionales».

«La digitalización es un proceso en el que las farmacias se encuentran actualmente inmersas y que no afecta únicamente a un solo aspecto de su actividad. En nuestro caso, ayuda a las farmacias a conectarse con el mundo *online* y a crear una red colaborativa entre ellas, consiguiendo fortalecer su posición, reforzando los valores del sector farmacéutico tradicional pero a la vez aprovechando las nuevas tecnologías para llegar a esos pacientes digitales que se habían alejado», describe Martín Lázaro.

Según su criterio, la digitalización es la clave para el crecimiento del sector farmacéutico, «pero también creemos que la tecnología que permita esta digitalización tiene que respetar dicho sector. No ser disruptiva sino evolutiva, a fin de mantener todo lo bueno que tiene el sector farmacéutico tradicional y el modelo mediterráneo, que tantos aspectos positivos nos ofrece».

En cuanto a la coordinación entre las diferentes herramientas disponibles, Martín Lázaro manifiesta que las diferentes plataformas que existen «deberían convivir y trabajar conjuntamente para evitar duplicidades de funciones y así dar el mejor servicio posible a los farmacéuticos, que es lo que desde LUDA Partners quere-



«Las diferentes plataformas que existen deberían convivir y trabajar conjuntamente para evitar duplicidades de funciones y así dar el mejor servicio posible a los farmacéuticos»

Luis Martín Lázaro



mos. Pero esto tiene que hacerse sin que suponga un control que impida desarrollar y evolucionar tecnológicamente al ritmo que necesita el sector».

Y resume: «Desde LUDA Partners queremos ayudar a las farmacias con sus dos líneas de actuación. La primera, que refuerza la labor asistencial del farmacéutico, le permite localizar en las farmacias más cercanas los medicamentos que requieren sus pacientes y que no pueden dispensarles, sea por la razón que sea. Con la segunda actuación, orientada a la venta *online* de parafarmacia, permitimos a las farmacias conectarse a diferentes proyectos digitales para que puedan vender su parafarmacia sin necesidad de una inversión digital, ni económica ni de tiempo».

La plataforma de LUDA Partners, como señala Martín Lázaro, hace posible que las farmacias ofrezcan un nuevo servicio a los pacientes ya que les permite localizar los medicamentos que ellos necesitan. «Esto, además, redundará en un beneficio directo también para el paciente, ya que puede continuar con su tratamiento, lo que tiene la ventaja añadida de que este valora el servicio de forma positiva, lo que consigue su fidelización», añade.

Otro aspecto no menos importante es que las farmacias aumentan su facturación, «ya que tienen acceso al canal de venta *online* de parafarmacia sin ningún coste adicional. Así, las farmacias únicamente reciben el encargo *online* y realizan la venta sin tener que perder con ello el carácter de dispensación que implica garantía de servicio y que es su fortaleza principal, para que no tengan que competir en precio en el mundo *online*». ●

Nota de la redacción: Para la elaboración de este reportaje, *El Farmacéutico* contactó también con Axón Farma, impulsada desde Andalucía, pero no obtuvo respuesta.