

REVISTA del Colegio Oficial de FARMACÉUTICOS de CASTELLÓN



ICO
F
CS

IL·LUSTRE
Col·legi Oficial
de FARMACÈUTICS
de CASTELLÓ

Nº 10

TERCERA TEMPORADA

JUNTA de
GOBIERNO

ENTREVISTA
DANIEL GARZÓN EVOLUFARMA

ESTE VERANO
PROTÉGETE del Sol



Seguro de **Automóvil**



DESCUBRA NUESTRAS
**COBERTURAS
EXCLUSIVAS**
PENSADAS
PARA USTED
Y SU COCHE

60%*
Bonificación
en coches nuevos

PARA CUALQUIER MODALIDAD



www.amaseguros.com
902 30 30 10

A.M.A. CASTELLÓN
Mayor, 118 Tel. 964 23 35 13 castellon@amaseguros.com

Síguenos en     

(*) Promoción válida para presupuestos de nueva contratación, realizados entre el 30 de abril y el 31 de diciembre de 2015. No acumulable a otras ofertas. Consulte condiciones en su oficina provincial A.M.A.

ÍNDICE



DIRECTOR
Sergio Marco Peiró

COMITÉ DE REDACCIÓN
Araceli d'Ivernois Rodríguez
Inma Adelantado Roca
Tono Esteller Bovaira
Clara Parra Roncero
Obturados

COLABORAN
Lina Granell
Gema Herrerías
Paco Ballester

MAQUETACIÓN & FOTO
Obturados

EDITA
Il·lustre Colegio Oficial de
Farmacèutics de Castelló
C/ Ebanista Hervás, 51
12004 Castellón de la Plana

Teléfono 964 236 470
Fax 964 223 194

prensa@cofcastellon.org
www.cofcastellon.org
twitter: @cofcastellon

Depósito legal
CS-207-2011



OPINIÓN
SERGIO MARCO, PRESIDENTE del ICOF CS



ACTUALIDAD
PRESIDENCIA del CONSEJO AUTONÓMICO de
COLEGIOS de FARMACÈUTICS ICOF CS
JUNTA de GOBIERNO
NUEVA CAMPAÑA del ICOF CS
WEBS de INTERÉS PARA FARMACÈUTICS



REPORTAJE
HELADOS: ALGO MÁS QUE UN PLACER, UN ALIMENTO



ENTREVISTA
DANIEL GARZÓN de EVOLUFARMA



INFORME de SECRETARÍA
ALTAS y BAJAS



NOTICIAS



**FARMACÈUTICS
y OTRAS ACTIVIDADES**
EL REINO de los MYCETES



F.A.Q.S
CONSULTAS FRECUENTES



Sergio Marco, Presidente del ICOF Castellón.

SERGIO MARCO

Este es un nuevo número del renovado boletín del Ilustre Colegio de Farmacéuticos de Castellón. Como presidente de esta organización centenaria espero que esta publicación sea de gran utilidad para todos nuestros colegiados y como no, para los ciudadanos castellanenses. A nuestros pacientes y usuarios les ofrecemos nuestro servicio y abrimos nuestras puertas, ya que son la verdadera razón de ser de la profesión farmacéutica, así como su saludable bienestar es nuestro objetivo de cada día.

A través de este boletín en el que hemos depositado un esfuerzo especial, los colegiados farmacéuticos de la provincia establecemos una vía de comunicación directa y cercana. Cada tres meses, creamos una obra escrita que sale de la imprenta con nuevas ideas e información de interés para farmacéuticos y colaboradores. Nosotros esperamos que junto a nuestras redes sociales corporativas, esta revista se convierta en referencia de consulta para los profesionales de la farmacia y para todos los interesados en la actualidad del sector. A través de ella, les acercamos el día a día de nuestra actividad con el objetivo de hacerles partícipes de ella y para poner a su disposición todos nuestros medios. Desde el Colegio, estamos a vuestra disposición y nos comprometemos a ofrecerles un producto informativo de calidad, abierto siempre a sugerencias y opiniones.

Con este ejemplar, presentamos también una nueva época. Hace ya un año que comenzamos a gestionar la entidad farmacéutica como Junta Directiva y es ahora cuando con una nueva web que estará abierta en unos días y una renovada gestión de la comunicación, mostramos como asumimos los nuevos retos del futuro: conseguir satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros colegiados y usuarios, representándoles eficazmente ante todas las instituciones y trabajando por sus intereses.

Esta revista es la vuestra, por lo que está abierta a todo contenido o temática que consideréis de interés.

El Colegio de FARMACÉUTICOS de CASTELLÓN ASUME LA PRESIDENCIA DEL CONSEJO AUTONÓMICO DE COLEGIOS DE FARMACÉUTICOS



El Colegio Oficial de Farmacéuticos de Castellón preside desde el 11 de mayo el Consejo Autonómico Valenciano de Colegios Farmacéuticos. Sergio Marco, presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Castellón, asumió las funciones relativas a la presidencia autonómica en sustitución de Fe Ballester, su homóloga del COF de Alicante.

El 15 de junio tuvo lugar en la sede Colegio un pleno extraordinario del Consejo Valenciano de Colegios Oficiales de Farmacéuticos de la Comunidad Valenciana.

El único tema del día fue la toma de posesión de los cargos para los próximos dos años. Sergio Marco, Presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Castellón, fue nombrado Presidente del Consejo Autonómico y representante del gremio valenciano en la comisión autonómica de Madrid. Por su parte, Jaime Giner, Presidente de la misma entidad en la provincia de Valencia, asumió el cargo de Vicepresidente Primero, así como la representación en el Consejo General (Pleno y Comisión de Coordinación Autonómica).

La segunda vicepresidencia la desempeñará Fe M^a Ballester, Presidenta del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Alicante. La Presidenta alicantina será también la que represente a los farmacéuticos valencianos en la EVES (Escuela Valenciana de Estudios de la Salud).

Además de la Presidencia, serán colegiados castellonenses los que ocupen la Secretaria y Tesorería del Consejo Valenciano de Colegios Oficiales de Farmacéuticos. Francisco Delgado, Secretario del ICOF de Castellón, ejercerá el mismo cargo en la entidad autonómica y Jaime Alcalá compaginará la gestión de tesorería del ICOF castellonense y del Consejo Valenciano.

Tras la toma de posesión de los nuevos cargos, Sergio Marco fijó como objetivo principal "llegar a un convenio de estabilidad con el nuevo gobierno de la Comunitat". El nuevo presidente declaró su intención de "seguir luchando para que todos aquellos servicios de farmacia dependientes de la administración cuenten con el número suficiente de farmacéuticos especialistas para el desempeño correcto de sus funciones".



JUNTA de GOBIERNO

Desde la Junta de Gobierno del Ilustre Colegio de Farmacéuticos de Castellón, nos hemos planteado los objetivos y la visión de futuro de los próximos meses. Algunas de las conclusiones se recogen en las siguientes líneas.

D^a Asunción Vicent Valls desde su cargo de Vicepresidenta promete aportar su experiencia y colaborar con todos los compañeros, representando al Colegio donde sea necesario.

La Vocalía de Dermofarmacia, representada por D^a María Latasa Barros, trabajará por posicionar al farmacéutico como referente en el consejo dermatológico en todas sus vertientes.

Para ello, proporcionarán formación al colegiado que le permita dar un consejo profesional y de calidad. También se organizarán campañas y acciones con pacientes que permitan reforzar la implicación en esta área.

Desde la Vocalía de Farmacia Hospitalaria, D^a Carla Guallar Rovira se compromete a incrementar y mejorar los servicios hacia los farmacéuticos de hospital, ya que se trata de un colectivo minoritario dentro del Colegio y un trabajo que difiere de la Farmacia fuera del hospital.

D. José Alba Rodrigo ofrece la Vocalía de Ortopedia a cualquier colegiado que necesite aclarar dudas, preguntas o formación en esta materia.

Por su parte, D. Manuel Adell Alegre como Contador, destaca la preparación del nuevo curso de formación continuada, comprometiéndose a buscar ponentes especialmente cualificados y a enviar al EVES la documentación pertinente para su acreditación.

El Vicesecretario D. Arturo Baltanas Latasa tiene por objetivo alcanzar todos los objetivos propuestos, como pueden ser el nuevo Acuerdo Marco, el curso de Formación Continuada, la reforma de la bolsa de trabajo, o la actualización de la página colegial, la reforma de los estatutos o el Congreso Nacional Farmacéutico.

Todos ellos se resumen en un objetivo principal: lograr una mejor institución para todos los colegiados adaptándola a los tiempos actuales.

La Vocalía de Óptica de la mano de D^a M^a Teresa Mateu Barreda tiene por objetivo informar de los temas relacionados con la salud ocular.

La Vocal de Adjuntos, Sustitutos y Regentes, D^a Inmaculada Herrero Uso, sostiene que el farmacéutico de oficina de farmacia, sea titular o no, es imprescindible para asegurar una correcta asistencia sanitaria. Por ello debe recibir una formación adecuada, compatible con su horario de trabajo y con su situación geográfica, ya que por su titulación y formación, el farmacéutico es un valor añadido para el modelo actual de farmacia.

D^a Rosa Arnau Salvador como Vocal de Alimentación destaca que se está trabajando para poder realizar la primera jornada micológica del ICOF de Castellón, tratando de aplicar el conocimiento científico de los farmacéuticos a un contexto más práctico. También se pretende organizar realizar unas jornadas sobre nuevos retos en alimentación: nutrigenética, nutrigenómica, microbiota... Estos conceptos permiten ofrecer al farmacéutico nuevos cambios de trabajo.

Por su parte, el Tesorero del Colegio D. Jaime Alcalá Giner, marca como objetivo mantener el equilibrio presupuestario iniciando y potenciando proyectos desde el ICOFCS

BALANCE PRIMER AÑO

Hoy he recibido el encargo de hacer balance de lo realizado por la nueva junta de gobierno durante este primer año, para un espacio reducido como este. Parece mucho pero no es así, por lo que no voy a desperdiciar ni una palabra más.

Lo más importante hacer de compañeros de dos candidaturas, una que trabaja unida. La nueva Junta ha logrado el apoyo y la colabo-

ración bidireccional de asociaciones de enfermos, Universidades, Sociedad Española de Farmacia Comunitaria, laboratorios, distribución... iniciando estudios y proyectos conjuntos.

Se ha puesto en marcha el libro recetario electrónico, los vales electrónicos de estupefacientes, la receta electrónica de fórmulas magistrales tipificadas, la facturación electrónica a mutuas y la mejora de la dispensación por contingencia con la notificación de errores.

Se ha estado negociando el concierto junto con los Colegios de Valencia y Alicante, de forma unida y sin fisuras, inflexibles ante el pago, desarrollando los servicios profesionales, entrando en el debate de la racionalización de las guardias, valorando la formulación magistral, la asistencia domiciliaria, minimizando el efecto del decreto 2/2013.

Se ha procedido a reclamar todos los intereses de los retrasos producidos en los pagos mensuales y se ha iniciado el pago a las farmacias VEC.

Hemos comenzado a reorganizar y dar una nueva forma a la bolsa de trabajo que se integrará en la web colegial.



Estamos dando forma a la nueva imagen del Colegio de cara a la sociedad y al colegiado a través de una nueva web más fácil y accesible.

Se ha realizado un curso de formación continuada anual sobre riesgo cardiovascular para formar y poder presentar este servicio a la administración, y ya está proyectado el del próximo curso.

Hemos firmado el convenio con la Mutua FREMAP para la dispensación y cobro de medicamentos.

Hemos reactivado la comisión deontológica. Se está consiguiendo una mayor agilidad a la hora de informar a los colegiados, siendo prácticamente instantánea.

Es inevitable dejar cosas sin nombrar, pero creo que para un primer año no son pocas; aunque si que hay una de la que no puedo olvidarme, es la optimización del personal. Soy consciente de que ha supuesto un esfuerzo para ellos, pero sin su colaboración no podríamos realizar nuestra labor.

D. Francisco Delgado Correa – Secretario

NUEVA CAMPAÑA del ICOF CS

El Ilustre Colegio de Farmacéuticos de Castellón va a poner en marcha una serie de campañas para concienciar a los ciudadanos sobre la importancia de la figura del farmacéutico en la sociedad.

Con una periodicidad trimestral, el ICOF CS lanzará campañas sobre temáticas de interés general, con el objetivo de transmitir a la población mensajes sobre salud y bienestar y ofrecer el apoyo del farmacéutico a la hora de recibir consejo sobre estos temas.

Así, cada cierto tiempo, el colegiado recibirá la nueva campaña, y se realizará una difusión de la misma a través de las herramientas de comunicación con las que cuenta el Colegio: redes sociales, página web, publicaciones en prensa...

La primera de estas campañas se centra en la importancia de la protección solar, sobre todo en la época estival. Tiene por objetivo concienciar a los 4 grupos de población seleccionados (bebés y niños, mayores, embarazadas y deportistas) sobre la importancia de protegerse a la hora de realizar una exposición de la piel al sol.

Los 4 grupos recibirán consejos especializados para sus características, aunque la campaña también cuenta con una parte general aplicable a toda la población.

Desde el Ilustre Colegio de Farmacéuticos de Castellón se pretende acercar la figura del farmacéutico al ciudadano, animándole a acercarse a su oficina de farmacia para recibir consejo y opinión profesional sobre su salud.





ICOFC
CS

ESTE VERANO PROTÉGETE DEL SOL



No exponerse al sol
entre las 12h y las 16h

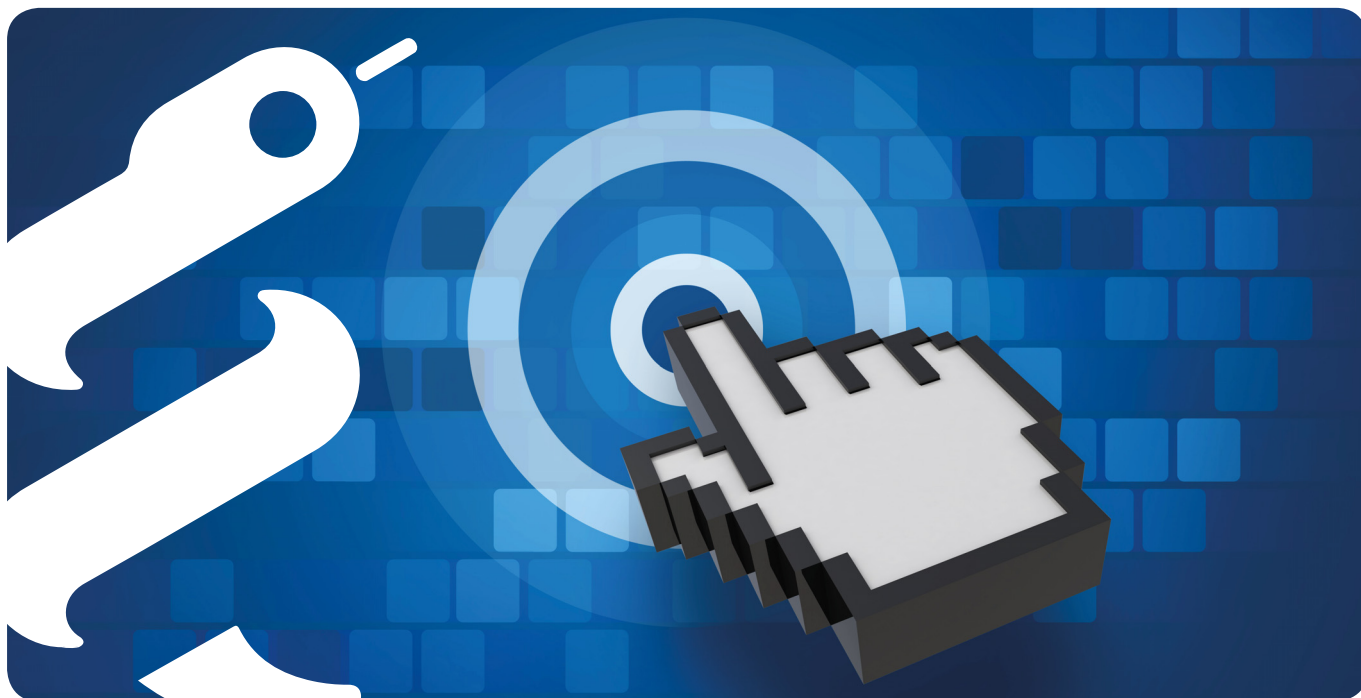


Aunque estés moren@,
protégete igual.



 CONSULTA A TU FARMACÉUTICO POR LA CREMA PROTECTORA ADECUADA

cofcastellon.org



WEBS DE INTERÉS PARA FARMACÉUTICOS SOBRE INFORMACIÓN DE MEDICAMENTOS

Los farmacéuticos, como profesionales sanitarios, tenemos que mantener nuestros conocimientos actualizados. Para ello necesitamos conocer las fuentes de referencia para poder resolver las dudas que se plantean en el día a día de la práctica farmacéutica.

Esto no es fácil debido a la gran información de que se dispone en internet. El problema, no es encontrar información, sino cómo seleccionar la información más relevante que nos pueda resolver el problema de la forma más rápida y eficaz posible.

Otro problema que puede surgir es la calidad de los contenidos, para ello hacen falta unos códigos de conducta que garanticen la fiabilidad de las páginas web

Código ético elaborado por la FUNDACIÓN HEALTH ON THE NET

(HON): las páginas web que se adhieren a este código presentan el siguiente logotipo.

<http://www.hon.ch>



PROYECTO Webs Médicas de Calidad: que otorga el sello de calidad pWMC a las páginas webs de contenido sanitario en lengua española, siempre que hayan superado un riguroso proceso de acreditación. Posteriormente se les realiza un seguimiento para verificar que siguen cumpliendo este código ético y sus criterios de calidad

<http://www.pwmc.org>



El pWMC, tienen el respaldo de un gran número de instituciones científicas y grupos de profesionales. Su sello de calidad, evalúa las webs con contenidos en salud, con unos principios equiparables a los establecidos por la iniciativa Health de la Unión Europea y que son:

- Transparencia y honestidad
- Autoría
- Privacidad, seguridad y confidencialidad
- Actualización de los contenidos
- Métodos de comunicación con los usuarios de la web
- Accesibilidad, usabilidad
- Los cinco primeros puntos están incluidos en el código ético del pWMC

Web Médica Acreditada: El colegio oficial de médicos de Barcelona, emite el sello de Web Médica Acreditada. Existe el compromiso

de los titulares de esas páginas web de aceptar las reglas de conducta ética y deontológica deseables para la comunidad médica.



PORTALES MÉDICOS: gracias a internet, hoy tenemos acceso a datos y conocimientos, que antes no se tenían. Esto ha afectado especialmente al campo de la salud. Esto supone muchas ventajas y también muchos inconvenientes, produciendo una avalancha de información que en lugar de facilitar la comunicación, la hace más difícil, además de la creación de páginas web por personas no cualificadas. Para minimizar estos problemas se ha creado Portales Médicos.com, que ha creado el concepto "Web de interés sanitario". Con este sello, el comité evaluador de PortalesMedicos.com supervisa y distingue, cuando se solicita, aquellas páginas que son de interés para la población en general o para los profesionales sanitarios.



WEBS SOBRE INFORMACIÓN DE MEDICAMENTOS

AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS (AEMPS)

<http://www.aemps.gob.es>

Portal que contiene toda la información oficial sobre medicamentos de uso humano, medicamentos veterinarios, productos sanitarios, cosméticos e higiene. Cada uno de estos grupos cuando se accede contiene información sobre alertas, notas informativas, notas de seguridad, legislación.

Se puede acceder a las fichas técnicas y prospectos de los medicamentos en el apartado CIMA (Centro de Información Online de Medicamentos de la AEMPS).

También existe información sobre problemas de suministro, farmacovigilancia, medicamentos ilegales, etc..

EUROPEAN MEDICINES AGENCY (EMA)

<http://www.ema.europa.eu>

Portal de la Agencia Europea de medicamentos donde se puede encontrar información referente a la evaluación de medicamentos comercializados en la Unión Europea, de uso humano y de uso veterinario.

Desde el apartado "Find medicine", se accede a las fichas técnicas, prospectos, etiquetado, condiciones de autorización de comercialización,

etc. También podemos acceder al listado de plantas medicinales evaluadas por la Agencia.

Bot Plus Web

<https://botplusweb.portalfarma.com>

Versión online de la base de datos de medicamentos del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF). También se puede acceder a través del portal de la Organización Farmacéutica Colegial (www.portalfarma.com), en donde en la página de inicio hay un enlace al Bot Plus Web.

Contiene información sobre medicamentos de uso humano, de uso animal, homeopatía, productos de salud y plantas medicinales.

Se pueden buscar interacciones entre medicamentos seleccionados, sustituciones, medicamentos extranjeros y, acceder a las fichas técnicas y prospectos de los medicamentos.

Se pueden realizar búsquedas libres y búsqueda de documentos.

WEBS MEDICAMENTOS EXTRANJEROS

Existe una gran cantidad de páginas webs, donde se pueden consultar los medicamentos extranjeros, y de esta manera saber la composición y buscar la equivalencia en España. Las de más utilidad son:

Alemania: <http://www.gelbe-liste.de>

Francia: <http://www.vidal.fr>. Dictionnaire Vidal, que consta de 4600 especialidades y 4000 productos de parafarmacia. Está basado en los datos publicados por la Agencia francesa de seguridad sanitaria (Afsaps) y la agencia Europea del medicamento (EMA). Contiene toda la información de referencia sobre los productos de sanidad.

Portugal: <http://www.infarmed.pt>

Reino Unido: <http://www.medicines.org.uk> y <http://www.netdoctor.co.uk>

Rumania: <http://www.anm.ro> página oficial de la Agencia de medicamentos del Ministerio de Sanidad de Rumania.

<http://medicamento.romedic.ro>, diccionario de medicamentos online

América latina: <http://www.prvademecum.com>, recoge información sobre los medicamentos y su composición, de diferentes países de América latina, en concreto: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

Bélgica: <http://www.cbip.be>, Centro Belga de Información Farmacoterapéutica.

Canadá: <http://www.hc-sc.gc.ca>, base de datos sobre productos farmacéuticos, está administrada por la dirección de productos farmacéuticos, organismo federal que reglamenta los productos terapéuticos, en Canadá. Se puede leer en los dos idiomas, inglés y francés.

Italia: <http://farmaci.agenziafarmaco.gov.it>
Base de datos de la Agencia Italiana del medicamento (AIFA). Admite búsquedas por principio activo, por nombre comercial del medicamento y por laboratorio.

Estados Unidos: RxList The Internet Drug Index <http://www.rxlist.com> y U.S. Food and Drug Administration <http://www.accessdata.fda.gov>
Equivalencias internacionales:
<http://www.vademecum.es/equivalencia>
Desde aquí se pueden consultar las equivalencias internacionales de medicamentos comercializados en 30 países de los 5 continentes.

Food and Drug Administration (FDA)

<http://www.fda.gov>

La FDA es un organismo que pertenece al Department of Health and Human Services de Estados Unidos, que regula los medicamentos, productos sanitarios, cosméticos y alimentos, que se comercializan en dicho país. Desde la sección "Drugs", se puede acceder a un buscador de los medicamentos comercializados y a las notas de seguridad publicadas.

LACTANCIA y MEDICAMENTOS

<http://www.e-lactancia.org>

Web realizada por pediatras. Da una orientación de manera rápida sobre la compatibilidad del medicamento en la lactancia, abarca 4 niveles: riesgo muy bajo (0), riesgo bajo (1), riesgo alto (2) y riesgo muy alto (3). Los niveles están definidos por colores, para una rápida visualización y se incluye un breve comentario sobre los efectos que podría ocasionar al lactante el medicamento.

APPS DE INTERÉS PARA FARMACÉUTICOS

Con anterioridad hemos expuesto una serie de páginas web de utilidad en información de medicamentos. Pero además de las páginas

web, existen otros recursos diseñados especialmente para tablets y smartphones, que permiten acceso rápido a la información en cualquier momento y lugar. Están apareciendo muchas aplicaciones relacionadas con la salud, pero hasta el momento no hay ninguna normativa que acredite su calidad y fiabilidad

BASES DE DATOS DE INFORMACIÓN DE MEDICAMENTOS

BOT PLUS 2.0

Aplicación del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos. Requiere las claves de compra de Bot Plus 2.0 y utiliza como sistema operativo iOS y Android. Presenta datos sobre financiación, condiciones de dispensación, interacciones, etc..

AEMPS CIMA

Aplicación de la Agencia Española de medicamentos y productos Sanitarios. Es gratuita y utiliza como sistema operativo iOS y Android. Tiene información sobre todos los medicamentos comercializados en España y se puede acceder a la ficha técnica y al prospecto del medicamento.

MEDSCAPE

Aplicación elaborado por WebMD. Es gratuita, utiliza como sistema operativo iOS y Android. La aplicación es en inglés. Aplicación muy completa, además de información de medicamentos, incluye información sanitaria, alertas, interacciones de medicamentos, acceso a Medline, información sobre lactancia y embarazo, monografías de plantas medicinales, etc.

BABYMECUM y SafeDose

Se trata de dos aplicaciones diferentes, utilizadas para consultar la dosificación pediátrica de los medicamentos. Las dos aplicaciones son gratuitas y utilizan como sistema operativo iOS y Android.

CÁLCULOS Y PRUEBAS ÚTILES EN MOSTRADOR

CALCUMED

Proporciona calculadoras testadas para las principales formulas utilizadas en el ámbito sanitario (Índice de masa corporal IMC, aclaramiento creatinina).

Presenta herramientas de conversión (equivalencias de dosis de corticoides, opiáceos ...)

Utiliza como sistema operativo iOS y Android, pero solo este último es gratuito.

PRUEBA DE AUDICIÓN SIEMENS

Mide la función auditiva mediante un test.

Utiliza el sistema operativo iOS y es gratuito.

TEST VISUAL

Realiza pruebas de orientación diagnóstica relacionadas con la agudeza visual, degeneración macular, miopía, astigmatismo y daltonismo.

Utiliza los sistemas operativos iOS y Android y es gratuito.

APPS TEMAS VARIADOS

MY FITNESS PAL- Contador de calorías

Para personas que quieran controlar su peso. En función de los datos y de los objetivos que se quieren conseguir, calcula las calorías que se deben ingerir cada día para lograrlo en el tiempo que el usuario decida. Se puede visualizar el progreso del usuario mediante graficos.

Es gratuita y utiliza iOS y Android

CONOCIMIENTOS BÁSICOS EN PRIMEROS AUXILIOS

Informa de cómo actuar en situaciones de emergencia. Protocolos organizados por categorías (hemorragias, picaduras, quemaduras, ictus,.....). Tiene un buscador por síntoma o categoría y un botón de llamada directa al teléfono 112. Realizado por Egarsat Mateps.

Es gratuita y utiliza como sistema operativo iOS y Android.

FOTOSKIN

Desarrollada por Laboratorios ISDIN, que da información sobre manchas cutáneas, cáncer de piel y fotoprotección. Existe una sección que proporciona información de la temperatura e índice de radiación UV. Gratuita y utiliza iOS y Android.

POLEN CONTROL

Desarrollada conjuntamente por la SEAC (Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica) y Laboratorios Almirall, que permite realizar el seguimiento de la evolución sintomática del paciente. Aplicación destinada para las personas con alergia al polen. También facilita niveles de polen diarios en la ciudad que se requiera. Gratuita y utiliza iOS y Android.

¿QUÉ PUEDO COMER?

Aplicación sobre alimentos, que indica la presencia de los alérgenos a incluir en el etiquetado obligatoriamente por la Directiva Europea: gluten, leche, huevo, soja, cacahuete y otros frutos secos, pescado, moluscos, crustáceos, apio, sésamo, mostaza y altramuces, además de lactosa, fructosa, sulfito, látex. Tiene la opción de escanear el código de barras del alimento para realizar la búsqueda. Gratuita y utiliza Android.

Existen muchas más aplicaciones y páginas web de interés sanitario que están a nuestro alcance, pero en este artículo solo se ha dado una breve "pincelada" de la información que podemos obtener con las nuevas tecnologías.

Departamento Técnico Colegio Oficial Farmacéuticos
Castellón

Araceli d'Ivernois Rodríguez
Inmaculada Adelantado Roca
Antonio Esteller Bovaira



HELADOS: ALGO MÁS QUE UN PLACER, UN ALIMENTO

Cuando llega el buen tiempo, es difícil no caer en la tentación de comer un refrescante helado. No hay que resistirse, pues consumidos con moderación enriquecen la dieta.

Los consumidores comparten la impresión de que el helado les proporciona placer, y la razón es que algunos de los componentes de los helados, como la caseína, el chocolate o azúcares, funcionan como exorfinas, que a su vez, actúan como opiáceos en el sistema nervioso, proporcionando sensación de bienestar, contribuyendo a reducir el estrés y a modular la ansiedad. Por tanto, comer un helado se relaciona con una situación de relajación que crea nuevas ganas de consumirlo. En el instituto de Psiquiatría de Londres han comprobado con resonancias magnéticas que al comer helado se activan las zonas del cerebro asociadas al placer. En realidad, lo que se activan son las vías del cerebro relacionadas con la recompensa y el refuerzo, lo que explicaría también que comer helado cree ganas de seguir comiendo y que para personas sometidas a estrés, ansiedad o depresión tenga cierto componente adictivo.

La mayoría de la gente considera los helados como una golosina más. Sin embargo, desde el punto de vista nutritivo, son una buena opción frente a otros dulces, ya que están hechos a base de leche, convirtiéndolos en una buena fuente de calcio, vitamina A y proteínas, y a veces incluyen huevo y frutas entre sus ingredientes. En España, la reglamentación técnico sanitaria que regula los helados los define como preparaciones alimenticias que se han llevado al estado sólido, semisólido o pastoso, por congelación de las materias primas utilizadas, que han de mantener el grado de plasticidad y congelación suficiente hasta el momento de su venta al consumidor.

Tipos de helados

Helado crema: Contiene un mínimo de un 8% de grasa exclusivamente de origen lácteo y un mínimo de un 2,5% de proteínas exclusivamente de origen lácteo. Para su elaboración se usa nata o mantequilla.

Helado de leche: Contiene un mínimo de 2,5% de grasa exclusivamente de origen lácteo y un mínimo de un 6% de extracto seco magro lácteo. Se elabora con leche entera o con leche en polvo y nata.

Helado de leche desnatada: Contiene un mínimo de 0,3% de grasa exclusivamente de origen lácteo y un mínimo de un 6% de extracto seco magro lácteo.

Helados: tienen como mínimo un 5% de grasas no lácteas, generalmente de origen vegetal, y sus proteínas sí que son lácteas.

Helados de agua: contienen un mínimo de un 12% de extracto seco y lo demás es agua. Pueden ser “sorbetes” o “granizados” dependiendo de si se presentan en estado solido o semisólido.

Además nos encontramos con:

los “**mantecados**” son helados de leche que llevan huevo en su composición.

Los “**mousses**”, las “**espumas**” y los “**montados**”, son helados que se batan para que se esponjen con aire y adquieran una textura más ligera.

Los helados con “**fruta**” que tienen al menos un 15% de fruta o su equivalente en zumo. Si llevan menos fruta o solo están aromatizados,

serán helados “**con sabor a fruta**”.

Los “**postres de helado**” que mezclan distintas clases de helado e incluyen otros ingredientes como barquillo, bizcocho, etc.

Desde un punto de vista nutricional, los helados de base láctea aportan, además de placer, energía y nutrientes de interés, que radica en la leche que contienen siendo fuente de calcio y proteínas de elevado valor biológico. También suministran azúcares, grasas, fósforo, magnesio y potasio.

Los helados que tienen una proporción más elevada de leche como son los helados crema, son los más nutritivos. Los helados lácteos pueden contener también huevo, frutos secos, chocolate, y de esta manera se añaden las cualidades nutritivas de estos ingredientes.

Los helados de agua solo proporcionan calorías debido a su alto contenido en azúcares.

+Energía y nutrientes de 100 g de distintos alimentos considerados como postres y meriendas y de 150 g de bocadillos

	Energía (Kcal)	Proteínas (g)	Hidratos de carbono (g)	Grasa (g)	Calcio (mg)	Sodio (mg)
Helado crema	254,8	3,5	27,5	14,8	88,6	44,8
Helado leche	148,9	3,05	23,44	4,83	148	86,6
Helado	233,8	3,29	26,71	12,19	99	62,7
Yogur natural	58,4	3,4	4,2	3,1	125,5	63,5
Yogur natural azucarado	89,5	3,3	13,5	2,6	109	66
Natillas	122	3,6	18,2	3,9	133,7	62
Flanes	114,7	4,3	19,6	2,6	116,2	58,6
Arroz con leche	100,9	3,2	18,3	2	106,5	37,5
Mousse de chocolate	209,8	5	30,8	7,8	126,5	55
Pastel de chocolate	439	5,2	41,8	27,9	32	40
Tarta de manzana	353,7	3,9	51	16,1	36,3	413,7
Galletas María	419	7,7	71,3	15,3	117,8	217,01
Magdalenas	459,3	6,4	51,4	25	53,5	355,5
Bollo con chocolate	365	7,5	48,6	15,7	94	429
Donut	407	5,8	46,2	23,1	65,2	334,2
Ensamada	458	5,7	38,4	31,3	14	294
Cruasán	382	7,9	46,7	18,8	61	441
Bocadillo jamón	367	24,3	52,2	9	53,5	1380
Bocadillo queso	438,3	22,8	52,2	17	437,8	867,5
Bocadillo chorizo	416	20	52,7	17,8	52,7	1244,3
Hot dog	278	11	26	14,4	34	823
Hamburguesas	264	13,7	28,4	10,6	118	545
Sanwich mixto	283	14,3	22	15,3	260	707

DANIEL GARZÓN

EVOLUFARMA

COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA OFICINA DE FARMACIA



¿CUÁLES SON LAS CONSECUENCIAS DE ESTA INCORPORACIÓN A LA VENTA ONLINE MÁS IMPORTANTES Y GENERALIZADAS PARA EL SECTOR?

A pesar de que existe cierta incertidumbre, creo que es una buena oportunidad para el sector. En un mercado cada vez más competitivo, las farmacias que sepan adecuarse al nuevo entorno, con una estrategia adecuada, podrán diferenciarse de la competencia y ser más rentables.

No debemos olvidar que se prevé que España será el país europeo que más crecerá en los próximos cuatro años en cuanto a venta online, que a día de hoy más del 30% de los españoles realiza compras a través de internet, y que el gasto medio por persona supera los 800 euros. Cifras, desde luego, más que significativas y a tener muy en cuenta.

¿EN QUÉ PLAZO CREEN QUE ESTARÁ MAYORITARIAMENTE INSTALADA ESTA NUEVA FORMA DE VENTA ENTRE LAS FARMACIAS?

La AEMPS ha habilitado la solicitud para la acreditación de los ecommerce de las farmacias, por lo que ya pueden solicitarla para iniciar la venta en las próximas semanas. A pesar de ello, de momento las CCAA no han realizado movimientos claros respecto a la regulación explícita comunitaria de la venta de medicamentos online.



En mi opinión, las boticas no están recibiendo información clara acerca del procedimiento, y quizás no sea hasta el último trimestre cuando aparezcan los primeros proyectos.

¿CREE QUE PODRÍA SUPONER TAL CAMBIO DE HÁBITOS DE COMPRA COMO PARA LLEGAR A PLANTEAR LA INCORPORACIÓN DE LA VENTA DE FÁRMACOS RECETADOS?

El cambio de hábitos ya existe respecto al ecommerce, que se ve reflejado con los datos que he mencionado anteriormente. En cuanto a la venta online de medicamentos con prescripción, ya es un hecho en países como Reino Unido o Alemania, para ver cómo evoluciona en España debemos esperar.

¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS LEGALES MÁS IMPORTANTES A TENER EN CUENTA PARA PONER EN MARCHA LA DISPOSICIÓN DE MEDICAMENTOS SIN RECETA DE FORMA ELECTRÓNICA? ¿Y LOS TÉCNICOS?

El Real Decreto 870/2013, de 8 de noviembre, establece que las farmacias deben avisar con al menos 15 días de antelación que van a comenzar a realizar esta actividad; que solo las boticas físicas pueden disponer de este ecommerce; o que si se realiza una compra desde otro Estado miembro, la venta deberá realizarse de acuerdo a los requisitos exigidos en este RD y en el país de destino. Además, otro factor a tener muy en cuenta es que se exige una protección alta en cuanto a los datos personales y que no es posible la creación de una tienda online de medicamentos común para varias farmacias.

Respecto a los aspectos técnicos, se debe tener muy en cuenta cómo es el seguimiento de la LOPD y la LSSICE; registros de auditoría; un buen proceso de negocio en la compra para que la venta sea, además de una transacción, una dispensación; control de logística (pedidos especiales, temperatura, ...); control de devoluciones; gestionar cómo conectar el

ecommerce de venta libre y el de medicamentos; configuración del carrito de la compra; gestión de impuestos; etc, ...

¿CUÁLES SON LOS REQUISITOS DE UNA WEB DE COMERCIO ELECTRÓNICO? ¿LA FARMACIA TENDRÁ QUE CONTAR CON UNA PÁGINA WEB ESPECIAL? ¿TENDRÁ QUE TENER EN CUENTA ASPECTOS COMO SER "RESPONSIVE", NO UTILIZAR FLASH....?

El RD establece 4 aspectos fundamentales para el sitio web donde estará alojado el ecommerce: el dominio de la oficina de farmacia debe haber sido registrado por el titular o titulares; que ellos mismos serán los responsables del contenido del portal; que la publicidad o promoción tanto en web, como medios e incluso redes sociales deberá ajustarse a la normativa vigente; y que la información que ofrezca la web en cuanto a medicamentos, "debe ser accesible por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita".

Sí, es obligatorio que sea "responsive". También hay que tener cuidado con los formatos de los contenidos por cuestiones de accesibilidad o saber que no se permite la venta de medicamentos dentro de una app.

¿CÓMO PUEDE EL CONSUMIDOR ESTAR SEGURO DE QUE ESTÁ COMPRANDO A UNA FARMACIA AUTORIZADA? ¿QUÉ MECANISMOS SE PONEN EN MARCHA PARA PROTEGER AL CONSUMIDOR?

La Comisión Europea creó un logo que identificará a las webs legales que puedan vender medicamentos online sin receta. Este deberá aparecer en la página de inicio, llevará la bandera del país donde se localiza la farmacia física e incluirá un link a un sitio donde aparecerá listada la farmacia autorizada para la venta.

En Reino Unido, por ejemplo, no ha estado exento de polémica. El logo, que incluye la tradicional cruz asociada a las boticas, también aparecerá en otras webs de comercios autorizados para esta venta.

¿ES IMPORTANTE DIFERENCIAR LA VENTA DE MEDICAMENTOS DE LA VENTA DE OTROS PRODUCTOS FARMACÉUTICOS? (PRODUCTOS DE BELLEZA, DE BEBÉS, DENTALES...)

Según la Agencia Española del Medicamento

LUFARMA

se requerirán dos ecommerces, uno para la parafarmacia y otro para los medicamentos, aunque estamos ante una incógnita todavía no resuelta. Desde mi punto de vista, es importante tenerlos bien diferenciados, pero también es posible con un solo ecommerce.

¿ES CONVENIENTE PREPARAR UNA ESTRATEGIA DE VENTA ONLINE? ¿HAY QUE SEGMENTAR CLIENTES Y DECIDIR A QUIÉN DIRIGIRSE Y CÓMO?

Desde luego, definir una estrategia acorde a nuestros objetivos es fundamental. No es un tema banal que podamos dejar a la ligera o al azar. Determinaremos, por ejemplo, a qué público queremos llegar o cómo podemos fidelizar también online.

Si conocemos a nuestro público, si le ofrecemos lo que necesita, conseguiremos unos pacientes fieles también en la red.

UNA VEZ VENDIDO EL PRODUCTO, ¿LA FARMACIA HA DE LLEVÁRSELO HASTA EL CLIENTE O ES ÉSTE EL QUE LO RECOGE EN LA BOTICA? ¿CUÁLES SON LOS REQUISITOS DE LOGÍSTICA?

Desde Evolufarma, y junto a las farmacias con las que trabajamos, ofrecemos a los clientes las dos opciones: tanto llevar el pedido al cliente o que sea él mismo el encargado de recogerlo. Él decide en todo momento lo que quiere según sus necesidades y preferencias.

¿CON ESTA NUEVA MANERA DE VENTA SE ABRE LA COMPETENCIA ENTRE FARMACIAS MÁS QUE NUNCA?

Creo que la competencia en el sector siempre ha sido muy alta. Del mismo modo que existe en las farmacias físicas, también lo está siendo en las tiendas online. Por ello, para tener éxito, y como hemos hablado anteriormente, una estrategia bien definida será importantísima.

¿CON QUÉ MÉTODOS PUEDEN LOS FARMACÉUTICOS CAPTAR A SUS CLIENTES EN LA RED?

En primer lugar debemos posicionarnos. En el I Estudio sobre la Presencia Online de las Farmacias en España elaborado por Evolufarma, detectamos que un 60% de las farmacias que

están en internet no existen para Google o que más del 90% de estas boticas tienen un Page Rank inferior a 1. ¿Cómo es posible vender en la red si no existes?

Para conseguir llevar tráfico a la web, comenzaremos con lo más sencillo: invitar a nuestros pacientes de la farmacia física a que nos conozcan también online, detallándoles los beneficios de este servicio.

Gracias al SEO nuestra botica se puede posicionar en internet conforme a los criterios de búsqueda de los usuarios. Por ejemplo, si quieres destacar como "farmacia barata" es algo prácticamente imposible, ya que son grandes empresas las que han pagado mucho dinero por ocupar esos puestos. Sin embargo, sí puedes destacar como "farmacia 24 horas en Mataró" o "farmacia Orihuela".

Las redes sociales también nos ayudarán a incrementar ese tráfico. Los españoles le dedican a Facebook más de cuatro horas y media a la semana. Tu farmacia también tiene que estar en estas plataformas.

Una vez que conseguimos que el cliente entre en nuestra web, lo siguiente será conseguir que compre. No es sencillo, pero existen una serie de recetas: navegación fácil e intuitiva, especialización para convertirnos en referencia dentro de un campo determinado, ...

Es importante mencionar que el RD 870/2013 deja claro que la publicidad es una competencia autonómica y aún está por legislarse en las distintas Comunidades Autónomas. Tendremos que ver cómo queda este punto. Dentro de ese apartado, se puede hacer SEM (pagar a Google), promociones en la web o redes, etc. Pero insisto, en este sentido aún existe un vacío legal.

LOS MEDICAMENTOS TIENEN EL PRECIO REGULADO, POR LO QUE NO SERÁ UN FACTOR DIFERENCIADOR A LA HORA DE VENDER POR INTERNET. ¿CÓMO SE DIFERENCIARÁN UNAS FARMACIAS DE OTRAS? ¿TAN SÓLO POR LOS PRODUCTOS DE PARAFARMACIA?

Cuando compras online no solo lo haces por el precio, aunque es un factor clave, si no también por la experiencia de compra, por las facilidades que ofrece la farmacia, por la seguridad de tus datos, por la rapidez y seriedad en el envío de productos, ...

Por eso es tan importante fidelizar, segmentar y facilitarles las cosas a nuestros clientes.

ALTAS

D^a M^a José Pascual Antoñanzas
 D^a Mariah V. Álvarez Centelles
 D^a M^a José Del Rosario Bovaira García
 D^a Pilar Olivert Fuertes
 D^a Mariah Luisa Saborit Gual
 D^a Laura Valls Rovira
 D^a Victoria I. Forte Martínez
 D^a Teresa Aguilera Vicente
 D^a Marta Escrig Benedito
 D. Miguel Ángel Cervera Navarro
 D^a Irene Edo Guimera
 D^a Sara Molla Cantavella
 D. José Ignacio Bueso Bordils
 D^a M^a José Fiestas Escudero
 D. Carlos Peña Gallardo
 D^a Elena Gumbau Simarro
 D. Segismundo Sánchez Espinos
 D. Jorge Bueso Fores
 D. Javier Guimera Querol
 D^a Laura López Pardo

D^a Asunción Escrig Ibáñez
 D^a M^a Pilar Herrero Vilar
 D. Juan Vicente Nebot Valverde
 D^a Pau Romeu Valls
 D. Víctor Andrés Maroto Chacon
 D^a Ana C. Querol Hernández
 D. Vicente Soler Ruiz
 D. Miguel Barona Collado
 D. Benjamin Gil Delegido
 D^a Aína Gozalbo Uso
 D^a Isabel Llorach García
 D^a M^a de las Estrellas Sánchez Bohdanowycz
 D^a Celia Martín Beltrán
 D. Pedro Garriga Cabo
 D^a Lucia Estela López Sánchez
 D^a Mariah Ovelar Ferragut
 D^a Gema Villarroya Pérez
 D^a Nihal Harzy Chentouf
 D^a M^a Dolores Pérez García
 D^a Carolina Sabater Centelles
 D^a Paula Mateu Alandes
 D^a Monserrat Pérez Farrés
 D. Joaquín Villar Serrano
 D^a Cristina López Mut

D^a Beatriz Cabañero Pitarch
 D^a Erika Ferrer Safont
 D^a Ana Belén Alos Rovira
 D^a Alejandra Carratala Broch
 D. Francisco Javier Sanz Mora
 D^a M^a Pilar Trigueros Gelardo
 D^a Victoria Alemany Paradis
 D^a M^a Teresa Canos Peirats
 D^a Mari Carmen Font Ferrando
 D. Pedro Garriga Cabo
 D^a Digna Ramos Galindo
 D^a Marta Árenos Domingo
 D^a M^a Lidon Castillo Palomares
 D. Javier Chamarro Baños
 D^a M^a Teresa Cuerda González
 D^a Mariah Fdez. de Loaysa Herreros
 D^a Arantxa García Canchis
 D^a Adela Rosa Gimeno Vila
 D. Vicente Martínez Lucas
 D^a Silvia Díaz García
 D^a Raquel Monferrer Rodríguez
 D^a Cristina Peraire Besalduch
 D^a Mariona Belda Huerta
 D^a Noelia Navarro Pérez

BAJAS

A petición propia

D^a Concepción Alaguero Marban
 D^a Ludmila Calincov
 D^a Sara Fabado Merino.
 D. Gustavo Álvarez Castillo
 D^a Elena Domenech Garret
 D. Joaquín M^a Pastor Rodríguez
 D^a Ariadna Juan Rodríguez
 D^a Ana López Conca.
 D^a M^a Carmen Alcacer Esteve
 D^a Paula Mateu Alandes

D. Rafael Gil Martínez
 D^a Eva Saura Herrando
 D. Pedro Garriga Cabo
 D^a Susan Zakarne Saleh
 D^a Laura Pavia Estrella
 D. Jorge Bueso Fores
 D^a Victoria Valls Alos
 D^a M^a de las Estrellas Sánchez Bohdanowycz
 D^a Marta Gil Martínez
 D^a M^a José Montaner Martínez
 D. Enrique Tormo Porcú
 D. Carlos Peña Gallardo
 D^a Ana Isabel Lisbona Villanova
 D^a Bárbara Gómez-Taylor Corominas

D^a Mercedes Almela Tejedor
 D. Pedro Ruperez Monserrat
 D^a Inmaculada Gimeno Sánchez
 D. José Camps Torres
 D^a Carmen Monferrer Sos
 D^a Gema Villarroya Pérez
 D^a Adoración Villarroya Pérez

Por fallecimiento

D. Vicente Caballero Zarzoso
 D. Vicente Nebot Melchor
 D. Abelardo Nebot Gimenez
 D. Victorino Aparici Tolentino

MODALIDADES DEL EJERCICIO

Colegiados 779

La suma de la tabla anterior no coincide con el total de colegiados, puesto que muchos tienen varias modalidades de ejercicio.

Propietarios Oficinas de Farmacia.....	368
Regentes.....	0
Alimentación, Ortopedia, Dermofarmacia..	532
I.F.M. (Titulares) con ejercicio.....	41
I.F.M. (Titulares) sin ejercicio.....	12
Analistas.....	123
Hospitales.....	13
Distribución.....	3
Ópticos.....	12
Docencia.....	3
Colegiados en cuota sin ejercicio.....	81
Adjuntos.....	163
Farmacéuticos de Área.....	4
Industria.....	0



CURSO DE MOVILIDAD Y AYUDAS TÉCNICAS

El Ilustre Colegio de Farmacéuticos de Castellón acogió una jornada formativa orientada a la venta de productos ortopédicos de bazar en la oficina de farmacia. El encuentro tuvo por objetivo mejorar el servicio de ortopedia en la provincia de Castellón.

Los asistentes pudieron conocer información de interés sobre movilidad y ayudas técnicas, productos de baño como banquetas o elevadores y otros productos para ayuda domiciliaria. Durante la charla, se puso de manifiesto la importancia de conocer y disponer de productos adaptados para las personas mayores y personas dependientes, ya que en estos casos surgen nuevas necesidades que deben ser cubiertas. El encuentro destacó que los productos ortopédicos están dirigidos a facilitar la vida de los pacientes pero también las de sus familias y personas a su cargo.

JORNADA SOBRE “PROTECCIÓN Y RECOMENDACIÓN SOLAR EFICAZ” DENTRO DE LA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN PARA LA DETECCIÓN PRECOZ Y PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE PIEL



La jornada “Protección y recomendación solar eficaz” reunió a numerosos profesionales sanitarios y farmacéuticos para conocer de primera mano las novedades en productos para la protección solar, así como técnicas de venta de este tipo de fotoprotectores.

El encuentro quiso concienciar sobre la importancia de la protección frente a los daños del sol y destacar el potencial que supone la oficina de farmacia para el ciudadano a la hora de prevenir enfermedades.

Este encuentro estuvo coordinado con la campaña “El Cáncer de Piel se puede ver, detéctalo a tiempo, se puede tratar” a través de la que se pretende que farmacias, médicos y profesionales de la salud apuesten por la concienciación de la detección precoz, prevención y tratamiento de esta enfermedad.

Los asistentes pudieron conocer las características ideales de un protector solar y los requisitos que han de cumplirse para obtener las mejores garantías de seguridad, eficacia y cosmeticidad.

También se dieron a conocer los grupos poblacionales de riesgo y la mejor manera que tienen de protegerse del sol, así como cuál es la dosis adecuada de producto solar según el dispositivo. Los asistentes también pudieron practicar la venta de este tipo de productos.

Durante el encuentro se hizo hincapié en el papel fundamental que juega el farmacéutico a la hora de dar a conocer a la población los riesgos que supone la exposición solar sin protección. El personal de la oficina de farmacia valora el fotoprotector más adecuado según el tipo de piel de la persona, al igual que su edad, la época del año, la actividad que se va a realizar y el estado de salud.

PREVENCIÓN Y CUIDADO DE LAS ENFERMEDADES VENOSAS

La sede del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Castellón acogió una jornada dentro de la campaña de concienciación contra la Insuficiencia Venosa Crónica (IVC) bajo el lema "La vida corre por tus venas", con el objetivo de concienciar de la importancia de la prevención y cuidado de las enfermedades venosas.

La campaña ha sido creada por la Asociación Cuida tus venas, Faes Farma y por el Instituto de Formación de Cofares (IFC), que a través del Aula Miguel Servet están realizando una labor de concienciación de las enfermedades venosas entre los farmacéuticos españoles.

Así, una de las sedes del proyecto fue el Colegio de Farmacéuticos de Castellón, que cogió una de las 10 jornadas organizadas a nivel nacional sobre "Intervención farmacéutica en enfermedades venosas: Varices y Trombosis".

De la mano de los dos especialistas, los asistentes pudieron conocer temas como la epidemiología, los aspectos generales de la clínica, el diagnóstico y el tratamiento de

varices y trombosis. También se presentaron cuatro casos prácticos frecuentes basados en situaciones reales de oficina de farmacia y a los que es común que tenga que enfrentarse el farmacéutico.



UN NUEVO PROGRAMA EN LAS FARMACIAS PUEDE MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE ENFERMOS CRÓNICOS

El Colegio de Farmacéuticos de Castellón en colaboración con Emminens, empresa de Roche Diagnostics acogió la jornada "Tu Salud bajo control". Los farmacéuticos asistentes descubrieron una nueva manera de aproximarse al paciente crónico, mediante un programa personalizado de seguimiento a personas diabéticas que ya funciona en Barcelona y Sevilla con gran éxito.

A través de él, las farmacias adheridas a la iniciativa ofrecen a los usuarios un servicio de proximidad que les permite tener bajo control su diabetes, además de establecer una vigilancia de los principales factores de riesgo que pueden estar asociados a la misma. Así, la oficina de farmacia se convierte en un apoyo a la hora de tratar y controlar la enfermedad.

En concreto, los asistentes pudieron conocer la plataforma de salud digital que ha desarrollado la compañía para la optimización de los tratamientos de enfermedades crónicas. El objetivo es lograr que el paciente esté más controlado, mejor tratado y que disfrute de una mayor calidad de vida.



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO “RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO MODERADO DE CERVEZA, CALIDAD NUTRICIONAL DE LA DIETA Y TIPO DE HÁBITOS ALIMENTARIOS”



El Ilustre Colegio Oficial de Farmacéuticos de Castellón acogió la presentación de los resultados del estudio “Relación entre el consumo moderado de cerveza, calidad nutricional de la dieta y tipo de hábitos alimentarios”, elaborado por la Prof. Dra. Rosa M. Ortega, Catedrática del Departamento de Nutrición de la Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense de Madrid, y el Prof. Dr. Lluís Serra Majem, Catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y Presidente de la Academia Española de Nutrición.

Entre estas conclusiones destaca que los individuos que consumieron cerveza de forma moderada presentaron mejores hábitos alimentarios, una composición corporal más adecuada, mayores niveles de HDL o colesterol bueno y menores de LDL o colesterol malo que los no consumidores, más componentes antioxidantes y mejor perfil de lípidos en sangre. Además de tener un pequeño porcentaje de alcohol, posee otros componentes como hidratos de carbono, fibra soluble, vitaminas, minerales y polifenoles que le confieren propiedades antioxidantes, antiinflamatorias e incluso reguladoras del metabolismo lipídico del organismo.

LAS FARMACIAS DE CASTELLÓN PODRÁN VENDER ON LINE A PARTIR DE ESTE VERANO

El Ilustre Colegio Oficial de Farmacéuticos de Castellón acogió una jornada centrada en el comercio electrónico de productos farmacéuticos sin receta médica. Este nuevo camino de llegada al paciente y modo de venta comenzará a partir de mediados del mes de julio. Desde el día 1 de dicho mes, está lista la aplicación informática para que las farmacias soliciten la acreditación y comiencen a vender fármacos publicitarios a través de internet.

El encuentro que organizó el ICOF para ayudar a sus colegiados en el proceso fue conducido por Daniel Garzón, Ingeniero Informático y Director de Tecnología de Evolufarma, solución integral de marketing multicanal para la oficina de farmacia. El objetivo de su intervención fue abrir la mente de los asistentes frente a un nuevo escenario en el sector y aprender de qué se compone y cómo se crea un e-commerce.

En el sector farmacéutico, solo un 9% de las



farmacias de España tiene presencia online; y aunque 1790 boticas disponen de página web, solo el 20% cuenta con tienda online.

Según Garzón, el primer paso para poner en marcha la plataforma es detectar a qué público dirigirse a través de este nuevo canal y conocer los rasgos distintivos que caracterizan a los clientes online, así como saber cuáles son sus rasgos sociológicos y geográficos.

JORNADA DE PUERTAS ABIERTAS PARA OFRECER ATENCIÓN PERSONALIZADA AL ENFERMO DE PSORIASIS

El Ilustre Colegio de Farmacéuticos de Castellón celebró el pasado mes de mayo una jornada de puertas abiertas en su sede con motivo de las XIX Jornadas de Psoriasis y Artritis Psoriásica. Los farmacéuticos de Castellón se han adherido al Manifiesto por la Psoriasis para mejorar la atención integral de los pacientes. Así, el colectivo se compromete a trabajar en la mejora de calidad de vida de los pacientes afectados de psoriasis y artritis psoriásica a raíz de la resolución aprobada el año pasado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), en la que se declaraba a la psoriasis como una enfermedad crónica no contagiosa y grave.

La psoriasis afecta el 2'3% de la población mundial. En España hay cerca de 1.080.000 casos, en la Comunidad Valenciana más de 115.000 y en la provincia de Castellón 13.500 personas con la patología. La enfermedad provoca picor, rojez y grietas en la piel, a menudo en partes visibles y a veces en áreas extensas. De hecho, cada cuatro pacientes de psoriasis, un 68%, aseguran que síntomas como el dolor,



el picor, las grietas y la descamación afectan a su vida diaria y un 36% de ellos admite que a causa de esta enfermedad presenta falta de autoestima y un 24% sufre tristeza.

La jornada de puertas abiertas acercó la información sobre la patología a los pacientes interesados, que pudieron expresar dudas sobre su enfermedad. Además, se impartieron talleres sobre alimentación y técnicas para afrontar la patología, así como consejos dermofarmacéuticos.

LOS SEGUROS DE COCHE DE A.M.A., EN EL TOP 3 SEGÚN UN ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE CONSUMIDORES ESPAÑOLES

El precio de sus seguros de coche ya obtuvo la mejor puntuación del Índice Stiga de Satisfacción del Consumidor Español, ISCCE.

A.M.A. Seguros, la Mutua de los Profesionales Sanitarios, que preside el Dr. Diego Murillo, ha situado su gama de seguros de coche en las tres primeras posiciones de la encuesta de satisfacción realizada por la Organización de Consumidores y Usuarios, OCU, en la que cinco mil de sus socios evaluaron a las 18 mayores aseguradoras de vehículos.

A.M.A. es la tercera compañía de la encuesta por satisfacción general de los consumidores, con 70 puntos. Ocupa el segundo lugar de la muestra por la información disponible en su página web, y el tercero por atención telefónica, por claridad y transparencia del contrato, y por importe de la prima.

Asimismo, la Mutua de los Profesionales Sanitarios ocupa la cuarta posición entre un total de 18 por sus facilidades a la hora de elegir la franquicia a pagar, y por brevedad para la reparación o para ser indemnizado.

En el resto de apartados del estudio, A.M.A. consigue la cuarta mejor puntuación por evolución de la prima con el paso del tiempo, y por transparencia en la gestión de los partes, así como la quinta por calidad de la reparación o importe de la indemnización.

Hace unos meses, el Índice Stiga de Satisfacción del Consumidor Español, ISCCE, mayor estudio independiente sobre marcas españolas, ya había situado a A.M.A. Seguros como compañía líder en seguros de automóvil por calidad percibida, fidelidad, prescripción y compromiso. Además, el precio de sus seguros de coche obtuvo la mejor puntuación de todo el estudio.

A.M.A. es la única compañía especializada en ofrecer todo tipo de seguros para los profesionales sanitarios y sus familiares. Ha cumplido 50 años fiel a esa especialización, y en ese tiempo, con más de 600.000 asegurados, se ha consolidado entre las grandes mutuas de seguros españolas.



EL REINO DE LOS MYCETES

Cuenta la leyenda que Perseo, héroe griego, mató a su abuelo Acrisio accidentalmente, y debía sucederlo en el trono de Argos. Cuando Perseo regresó a Argos, avergonzado por lo sucedido intercambió el reino con Megapenthes, hijo de Proeto. De esta forma, cuando recibió el reino de Proeto, fundó v, porque en aquel punto se había desprendido la contera (“mykes”) de su vaina, y consideró que éste era un signo para fundar una ciudad. Estando sediento, agarró una seta (“mykes”) y la exprimió sacando agua de ella, satisfaciendo su sed; contento con ello, dio al lugar el nombre de MICENAS.



Esta leyenda griega sirve para introducirnos dentro del maravilloso mundo de la micología. En cuanto llegue el otoño, veremos como la naturaleza se transforma, su color se modifica, las temperaturas son más suaves y agradables, se respira aire puro... Motivos más que suficientes para salir al campo. Pero además, desde esta Vocalía te proponemos una actividad grata, original, curiosa, entretenida, enriquecedora, estimulante... la recogida de setas.



El mundo de las setas es tan fascinante como inmenso. Se conocen unas 100.000 especies de hongos y setas diferentes. España, con unas 2.000 especies conocidas, es uno de los países más ricos en variedad micológica.

Las setas son los frutos de los hongos y se reproducen por esporas. Crecen en múltiples y variados hábitats (bosques, pinares, prados, hayedos...) y viven sobre materia orgánica en descomposición.

Se componen en un 90% de agua, son ricas en proteínas vegetales, hidratos de carbono, vitaminas, minerales y fibra, siendo a su vez pobres en grasas. Esto, unido a la gran variedad de especies, hace de las setas un alimento completo, preciado y deseado. Consumido desde la antigüedad, con el paso del tiempo se han convertido en manjares exquisitos, de cocina fácil, variada y agradecida.

Por lo tanto, si tienes curiosidad y esta actividad te parece atractiva, apúntate a las jornadas micológicas que organizaremos en el próximo mes de octubre. No dejes pasar la ocasión de disfrutar de esta actividad. En otoño, ¡las setas, se encuentran en su mejor época!

ROSA ARNAU SALVADOR
Vocal de Alimentación ICOF Castellón



CONSULTAS FRECUENTES AL DEPARTAMENTO TÉCNICO DEL COLEGIO



¿PVP DE UN DETERMINADO PRODUCTO O CÓDIGO NACIONAL?

Le decimos que miramos ese producto o CN en la base de datos Bot Plus y le decimos el precio que pone. Para asegurarnos, miramos también el Nomenclator de facturación de la Conselleria. Una vez confirmado le decimos el precio.

¿PUEDO SUSTITUIR UN PRODUCTO DIETÉTICO (ALIMENTO-MEDICAMENTO)?

Los productos dietéticos no se pueden sustituir. Sin embargo, se permite exclusivamente la sustitución del sabor, siempre que la descripción del producto sea idéntica

UN MEDICAMENTO QUE ESTÁ EXCLUIDO DE FINANCIACIÓN (EXO), ¿SE PUEDE SUSTITUIR? ¿POR QUÉ LO SUSTITUYO?

Cuando está prescrito un medicamento excluido de financiación, nunca se puede sustituir por un medicamento incluido en financiación. El paciente tiene que abonar totalmente el producto o tiene que volver al médico para que le prescriba un medicamento con la misma composición y que esté financiado.

SI AL PASAR UNA RECETA ELECTRÓNICA APARECEN PARA DISPENSAR 7 ENVASES DE ESTUPEFACIENTES ¿PUEDO DISPENSARLOS?

Si la prescripción es con receta electrónica

no existe ningún problema, ya que cada uno de los envases es una receta independiente y le aparecerán ese número de envases por la posología prescrita. En cambio, si la prescripción fuera manuscrita solo se podrían dispensar por receta entre 1 y 4 envases y siempre que no supere 3 meses de tratamiento.

HE BLOQUEADO UNA FÓRMULA MAGISTRAL Y NO ME DEJA DISPENSARLA, NO ME APARECE PARA DISPENSARLA ¿POR QUÉ NO APARECE?

Lo más probable es que esta dispensación haya caducado porque supere los 10 días para su dispensación. Solicitamos a la farmacia que nos diga la fecha de prescripción de la fórmula magistral, ya que independientemente de que esté o no bloqueada, solo existen 10 días para su dispensación. En esta consulta, el problema surge por un error de interpretación, ya que el bloqueo no aumenta los días de la dispensación. Los únicos productos que se pueden bloquear son las fórmulas magistrales y las vacunas de extractos, y que tienen respectivamente, 10 días y 90 días para su dispensación, contando desde la fecha de prescripción.

ME HAN PRESCRITO UN MEDICAMENTO QUE SU PVP ESTÁ POR ENCIMA DEL PRECIO MENOR, Y EL MEDICAMENTO QUE TIENE PRECIO MENOR, NO SE ENCUENTRA EN LOS ALMACENES. ¿PUEDO DISPENSAR EL MEDICAMENTO PRESCRITO?

Confirmamos que el medicamento se encuentra por encima de precio, posteriormente miramos si hay ajuste del precio menor por Conselleria. En el caso de que la Conselleria hubiera ajustado el precio menor al precio del medicamento, sí que se podría dispensar. Si no es así, independientemente de que se encuentre o no en los almacenes no se debe dispensar

ME HAN PRESCRITO UN MEDICAMENTO QUE ESTÁ EXCLUIDO DE FINANCIACIÓN, PERO MI PROGRAMA ME DICE QUE AÚN ES FACTURABLE Y ME DEJA DISPENSARLO. ¿LO PUEDO DISPENSAR?

NO. Generalmente cuando excluyen un medicamento de financiación, existen 2 fechas. La fecha de baja por exclusión, a partir de la cual el medicamento ya no es dispensable. Y la fecha de exclusión de financiación, a partir de la cual el medicamento ya no se puede facturar. Entre estas 2 fechas generalmente existen 4 meses, en donde se podrían facturar los medicamentos dispensados con anterioridad a la fecha de baja por exclusión, pero no se pueden dispensar como financiados, solo por venta libre.

EN DISPENSACIÓN DE RECETAS DE OTRA COMUNIDAD AUTÓNOMA ¿QUÉ APORTACIÓN SE COBRA? ¿Y SI EL PACIENTE TE DICE QUE ÉL NO PAGA NADA?

El TSI del paciente debe estar indicado en la receta y cobrar aportación con respecto a ese TSI. Si no viene indicado en la receta, se cobrará si es pensionista (receta roja) un 10% y si es activo (receta verde) un 40%. En el caso de que el paciente nos diga que él no paga, como no podemos confirmarlo, le cobramos según el TSI lo que corresponda, se le da el ticket de la cantidad que ha pagado y tiene que reclamar en su Comunidad.





Llegamos donde está tu negocio

Comercios tradicionales, profesionales liberales, autónomos, pequeñas empresas, tiendas *on-line*. Con CaixaNegocios llegamos donde está tu negocio, en persona. Un gestor especialista irá a verte para ayudarte personalmente con las mejores herramientas de gestión, financiación y protección.

Ahora es el turno de tu negocio.

CaixaNegocios
En persona



[Tú] eres la Estrella

NRI: 1169-2015/9681



Patrocinador del Equipo
Olímpico Español



Mejor Banco del Mundo
en Innovación Tecnológica
2013 y 2014

BAI-FINACLE
GLOBAL
BANKING
INNOVATION
AWARDSSM 2014

Banco con el Espíritu más
Innovador del Mundo 2014
Mejor Innovación en
Productos y Servicios
2013 y 2014



Certificado Europeo
de Máxima Excelencia
en la Gestión