

COMERCIO POR INTERNET

Las autonomías tienen la llave de la aplicación del RD de venta 'on line'

Expertos consultados por CF analizan los cambios que introduce la norma, los pasos que faltan para que se complete la aplicación y los espacios en blanco que deben repasar y aportan ideas para rentabilizar la página web.

Mar Sevilla Martínez | maria.sevilla@unidadeditorial.es | 18/11/2013 00:00

PUNTOS CLAVE DEL FUTURO DE LA VENTA 'ON LINE'

Cuestiones relevantes para completar la aplicación del RD que permitirá la venta de OTC por internet.

 <p>ACREDITACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Para que puedan vender tienen que tener el sello que garantiza que cumplen todas las normas de seguridad y calidad y estar en el listado de farmacias de la Aemps. ● El sello está en proceso de elaboración y no se conoce la fecha exacta en la que lo emitirá la Unión Europea. 	 <p>ALGUNAS LAGUNAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Los webmasters solicitan que se especifique la normativa que deben cumplir para desarrollar los sitios web en materia de seguridad. ● Otro punto que destacan es que se desconoce el número de unidades máximas del producto que puede comprar una persona. 	 <p>RESTRICCIONES DE LA LEY</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Galicia y la Comunidad de Madrid son las comunidades autónomas con las políticas más restrictivas en materia de publicidad, opción que se incorpora en la norma. ● El RD dice que la publicidad se debe ajustar a la normativa vigente por lo que las CCAA tendrían que introducir cambios. 	 <p>TIEMPO DE APLICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Aunque el RD se publicó en el BOE el sábado 9 de noviembre y ya está en vigor hasta que esté listo el logo y la página de la Aemps no es aplicable. ● Una vez que el sello está listo, las comunidades autónomas tienen un año de plazo para realizar los cambios oportunos para adaptarse.
--	--	--	--

Fuente: elaboración propia.

Puntos claves para el futuro de la venta 'on line' (CF)

El Real Decreto por el que se regula la venta a distancia al público, a través de sitios web, de medicamentos de uso humano no sujetos a prescripción médica, que entró en vigor el 9 de noviembre, tal y como recogió CF en su web www.correofarmacéutico.com, se ha publicado con cambios importantes, como la internacionalización y la posibilidad de introducir publicidad.

Sin embargo, expertos consultados por CF afirman que en la norma, que según ellos ofrece una oportunidad a las farmacias para tener más beneficios, faltan flecos por atar: las comunidades autónomas tienen que adecuar sus normativas para que se pueda ejecutar el RD, donde en casos como en la Comunidad de Madrid y Galicia tienen políticas más restrictivas, y acotar el desarrollo tecnológico, con límites y pautas para implantar las páginas web.

"Las farmacias están esperando a que la Unión Europea termine el logo o sello distintivo que aparecerá en las web de las farmacias, y que acreditará que es un canal legal y seguro para vender OTC por internet", afirma Carmen Casado, responsable del departamento de Tecnologías de la Información del despacho jurídico Jausas Legal. "La norma nos dice que una vez que esté el logo tanto la Aemps como las autoridades sanitarias tendrán aproximadamente un año para habilitar estos sitios web y adecuarse al RD".

Entre los aspectos novedosos que introduce el texto destaca que la venta será sólo a través del sitio web de la farmacia, por lo que ya no se contemplan los pedidos por correo electrónico como preveía el borrador (ver CF del 11-III-2013).

CONCRETAR DESARROLLO 'WEB'

Respecto a las necesidades tecnológicas, los webmaster son claros: necesitan aclaraciones para que el desarrollo se ajuste a la ley.

Las farmacias que ya tienen desarrolladas sus páginas web y han hecho inversiones previas, ahora se encuentran con que tienen que readaptarlas, por ejemplo, a los requerimientos de LOPD, porque están pasando a vender productos de salud con medidas de seguridad muy altas. No hay información sobre cómo hay que proceder", afirma Luis Arimany, CEO de Evolufarma, empresa dedicada al desarrollo de farmacias. En este sentido coincide Joan Marc Fortuny, gerente de Fiocommerce, empresa dedicada al desarrollo virtual de la botica, quien añade que "es necesario que se especifiquen el número de unidades máximas que se pueden vender y cómo se debe adecuar el proceso de pago".

MÁXIMO BENEFICIO

Arimany insiste en que aparte de la inversión en el web los farmacéuticos deben optimizar la página. Inma Riu, farmacéutica y experta en web 2.0, explica que para rentabilizarla los boticarios pueden invertir en SEO (posicionamiento en motores de búsqueda) y promocionar la página en su farmacia off line. "Hay boticas que no quieren hacerlo por esta vía porque en la tienda on line los productos son más baratos. En esos casos deben contratar a un experto en SEO".

Riu afirma que, además de tener un buen precio, es necesario acotar el mercado, buscar dominios ingeniosos que hagan SEO por sí mismos (www.lechesinfantiles.net), ser activo en redes sociales y tener un blog de calidad.

SOBRE EL TERRENO

¿Qué impacto le supondrá la venta a través de Internet?

MÓNICA PIÑOL (Barcelona)

www.barcelona1840.es

"Es importante ser los primeros en innovar"

"No creo que tenga un gran impacto en el negocio, pero es importante innovar. Nosotros ya tenemos preparada la página web para cuando den la aprobación comenzar a vender y no creo que tengamos problemas porque sólo se podrán adquirir medicamentos sin prescripción".

CARLOS ARRIETA (Bilbao)

www.tu-farmacia.com

"Muchas personas están demandando el servicio"

"Hemos consultado a nuestro público y hemos comprobado que cada vez hay más personas que demandan este servicio. Creo que es una vía alternativa para ofrecer los servicios y posicionar la farmacia. Estamos a la espera de que en nuestra comunidad se pongan en marcha los dispositivos para poder empezar a vender".

CONCHI BEJARANO (Sevilla)

www.farmaciebejaranocarmona.es

"Espero mejorar las ventas con internet"

"Mi farmacia se encuentra en un barrio marginal de Sevilla y me va muy mal la venta libre. No me gusta mucho la idea de la venta a través de internet pero tendré que aplicarla porque quizás sea la única forma de que mejore las ventas e impulsar el negocio".

ROSA LASTRA (Madrid)

www.farmacialastra.com

"Hay mucha responsabilidad detrás"

"Acabo de recibir el decreto y todavía no me ha dado tiempo a leerlo. El tema me parece atractivo pero las cosas no son tan fáciles y hay mucha responsabilidad detrás. Tengo que estudiar todos los puntos detenidamente antes de ponerlo en funcionamiento".



A todos los participantes

A TODOS LOS PARTICIPANTES,

El equipo de Correofarmacéutico.com lamenta el tono en que han caído los comentarios y desea recordar lo siguiente:

- Los comentarios a las noticias están creados para servir como foro de debate y opinión sobre las cuestiones tratadas en Correofarmacéutico.com, no para servir de plataforma para el insulto y menos aún para el insulto lanzado desde el anonimato.

- Se espera de los participantes que se mantengan en un **nivel respetuoso y profesional** tanto en sus argumentos como en su lenguaje o, en su defecto, que se abstengan de escribir en este web.

- Existe una opción para denunciar comentarios inadecuados y los responsables de Correofarmacéutico.com se reservan el derecho a borrar de oficio comentarios soeces o insultantes. En este foro son de aplicación las mismas normas de cortesía que en las conversaciones cara a cara.

- Se recuerda a todos los usuarios que **cualquier mensaje está sujeto a la legislación nacional** sobre injurias, calumnias y derecho al honor. Llegado el caso, y bajo la debida autorización judicial, **incluso un texto anónimo** puede ser rastreado para dar con su autor.

[Leer mas](#)