



Francisco J. Fernández, director de CF, moderador del debate en el que participaron L. Arimany, de Evolufarma, empresa especializada en desarrollo digital del sector farmacéutico, B. Escribano (Aemps), E. Satué (Sefac) y F. Abellán, experto jurista.

RD de venta 'on line': adecuado, con lagunas y con muchas posibilidades

B. GARCÍA SUÁREZ
beatriz.garola@correoofarmacautico.com

El real decreto de venta *on line* de medicamentos sin receta es una buena base legal para garantizar el cumplimiento de la directiva europea que obligaba a España, como al resto de países, a regular la venta *on line* de fármacos: prioriza la calidad y la seguridad para el usuario comprador y, aunque tiene algunas lagunas técnicas, a priori abre un abanico de posibilidades multimedia para la farmacia. Estas son algunas de las reflexiones lanzadas por los expertos participantes en la mesa organizada por CORREO FARMACÉUTICO en el VI Congreso Nacional de Farmacéuticos Comunitarios de la sociedad Sefac, como adelantó correoofarmacautico.com.

El primer mensaje, unánime, es que el RD es una buena base legal. Fernando Abellán, asesor legal de Sefac, lo resume en que se trata de "una norma con un nivel alto de garantías en relación a esta práctica nueva". De hecho, la tildó de "más garantista que la presencial, en tanto que escenifica aspectos de la relación farmacéutico-paciente con más detalle", añadió. Eduardo Satué, presidente de Sefac Aragón, sostiene que la venta *on line* "nos va a dar herramientas que

ahora no imaginamos". En esta línea, se refiere "al potencial multimedia dado que la farmacia tiene que trasladar el modelo de la dispensación al *on line*; el modelo Amazon de compra en un clic no sirve", añadió. El farmacéutico podría "no sólo poner los consejos por escrito, sino que se podrían hacer videos explicativos y podría convertirse en una herramienta brutal de educación y fidelización". Por eso Satué considera que "la relación de la dispensación *on line* va a ser complementaria, no sustitutiva, de la dispensación física".

QUESTIONES SIN ACLARAR

Para Luis Arimany, consejero delegado de Evolufarma (empresa especializada en desarrollo digital para farmacias), el RD no aclara cuestiones "relativas a la publicidad" en la *web* o "qué pasará en el futuro con los medicamentos de prescripción".

Otros supuestos, como el planteado por , sería la posibilidad de que un menor estuviera detrás de una compra de un OTC. En este punto, Abellán dejó claro que "la autonomía del paciente en el ámbito sanitario se adquiere a los 16 años, por tanto, las dudas podrían estar en menores de esta edad. Este último supuesto, no obstante, "no es tan fácil que se dé, porque la compra tiene que estar asociada a una tarjeta de crédito particular".

Otro aspecto serían las cantidades que puede comprar *on line*. Ese control "entra dentro de la evaluación que tiene que hacer el farmacéutico del pedido del paciente", aclaró Satué, inhabilitando pedidos excesivos.

EL LOGO, ¿PARA QUÉ SIRVE?

El principal aval de seguridad para el comprador será el logo que identifica a la *web* de la farmacia como

sitio seguro para la compra de medicamentos autorizados. Lo está diseñando la Comisión Europea y la farmacia tendrá que "notificar a la Administración que quiere hacer venta *on line*", explicó Belén Escribano, responsable del Departamento de Inspección y control de Medicamentos de la Aemps. "El sitio *web* identificado con este logo es sólo para la venta de fármacos sin receta; si la farmacia quiere vender otras cosas en su *web* tendrá que hacerlo en un subdominio diferente", añadió.

¿PODRÍAN VENDER LAS CADENAS?

Las cadenas de farmacias no podrían vender a ningún paciente español, dado que los Estados miembro y el comercio *on line* de medicamentos en la UE tiene "que respetar las condiciones legales del país de destino y del de origen, a la vez", matizó Escribano. "La Ley de Garantías española no reconoce las cadenas" como tampoco reconoce la compra *on line* de medicamentos éticos. "Todos los países, a partir de la publicación de logo, tenemos un año para estar armonizados y para que se respeten las condiciones de venta" y, por tanto, el grado de protección de este comercio será "el que cada Estado haya querido dar para sus ciudadanos".

Mucha concienciación. Aunque el sello que está diseñando la Comisión Europea para identificar las *webs* de farmacia en las que se puede hacer una compra segura *on line* tiene, según Belén Escribano (Aemps), muchas garantías, la mayor de las mismas vendrá, sostuvo Luis Arimany (Evolufarma), "por las acciones de concienciación ciudadana que hagan los colegios de farmacéuticos y la Administración". Para Arimany "lo tecnológico, como sería un sello de calidad, puede ser replicable. Hay que insistir en la concienciación ciudadana, y el regulador, estar atento para sancionar posibles réplicas".

Medio	Fecha	Página	Frecuencia	Tema	Tipo
Correo Farmacéutico	02/06/2014	12	Semanal	Farmacia	Prensa profesional