

¿Se pueden hacer análisis científicos desde una Entidad de Distribución Farmacéutica?

La actividad de una entidad de Distribución Farmacéutica genera una ingente cantidad de datos. Estos datos organizados y analizados, muestran una información valiosa para el sector y la sociedad. Ofrecen respuestas puntuales a preguntas concretas de gran interés general.



**JUAN JORGE POVEDA
ÁLVAREZ**
DIRECTOR DEL ÁREA
CIENTÍFICA DE COFARES

La actividad principal de una Entidad de Distribución farmacéutica es clara. Ya la Directiva 92/25/CEE decía que la distribución al por mayor de medicamentos es “toda actividad que consista en obtener, conservar, proporcionar o exportar medicamentos, excluido el despacho de medicamentos al público”. Como eslabón de la cadena sanitaria cuenta con una normativa propia para garantizar la calidad del medicamento en todo momento, destacando las Buenas Prácticas de Distribución, que hacen que los procesos cumplan los más altos estándares de calidad en la conservación y transporte a la farmacia, de acuerdo a protocolos con normativa europea, adaptados a modelos de calidad y seguimiento.

Esta actividad se realiza apoyada en multitud de procesos, en principio mecánicos y tecnológicos e informáticos, que están eclosionando en el área de análisis de los datos con las nuevas técnicas de BigData, Inteligencia Artificial, acompañados por la aparición de microchips y centros computacionales en red, que permiten que el análisis de miles de datos que se generan de manera diaria, permita empezar a analizar diferentes cuestiones o mostrar diferentes visiones que, a veces se podían intuir de manera vaga dentro del sector,



pero que ahora se pueden afianzar con datos veraces y con un volumen suficiente para obtener conclusiones.

Comenzamos en 2020 a estructurar y analizar estos datos que teníamos de nuestra actividad

diaria, de una manera sistemática. Poner en valor los mismos, para tener visión clara de algunas de las cuestiones que se nos planteaban en ese momento tan duro, coincidente con la pandemia de COVID-19, empezando a realizar análisis relacionados con el sector. Nuestro objetivo no es hacer ensayos clínicos, ni investigamos nuevos principios activos ni terapias innovadoras, ni investigamos nuevas patologías ni enfermedades. Pero la publicación de estos

análisis respondía preguntas o analizaban tendencias que estaban ocurriendo en el sector. Y

en estos dos años hemos pasado también por un proceso de aprendizaje, siendo diferentes los primeros publicados a los últimos, en los cuales se verán próximamente bibliografía científica actualizada de revistas especializadas o infografías para facilitar de un vistazo las temáticas tratadas en el **OBSERVATORIO DE TENDENCIAS**.

En julio de 2020 aparece “**OF en tiempos de pandemia (I)**”. Los productos destinados a COVID-19 aumentan ventas hasta un 420,7%. Mostraba una evolución en estos productos, que serviría con el paso del tiempo como otro factor de análisis de la evolución de la enfermedad así como de la disponibilidad de ciertos productos en las diferentes olas. Aumentó la demanda de productos destinados a COVID-19 (termómetros, pulsioxímetros, mascarillas, guantes, geles, etc.) en un 125,8%, y destacaba el incremento de la venta de medicamentos con receta, como resultado de la prescripción a largo plazo para minimizar y evitar desplazamientos a los centros de salud.

En noviembre “**OF en tiempos de pandemia (II)**”: casi el 80% de los españoles reconocen que no sustituyen la mascarilla. Continuamos con COVID-19, con una faceta más sociológica.

**Nuestro objetivo
no es hacer
ensayos clínicos, ni
investigamos nuevos
principios activos ni
terapias innovadoras,
ni patologías
ni enfermedades.
Estos análisis
respondían preguntas
o analizaban
tendencias que
estaban ocurriendo
en el sector**

A pesar de saber cada cuánto hay que reemplazar la mascarilla para evitar la posibilidad de contagio de la enfermedad, el 79,8% de la población afirma tener descuidos. El análisis se realiza mediante encuestas de población, segmentándose por edad y sexo.

En diciembre aparece **“OF en tiempos de pandemia (III)”**. Segunda ola COVID-19: aumenta la demanda de antidepresivos y mascarillas infantiles. Se focaliza el análisis en consumo de ciertos medicamentos, y en la actividad infantil afectada por la pandemia. La mayor preocupación por el autocuidado se refleja en un crecimiento de la demanda de multivitamínicos (+8,4%) en la segunda ola, la prescripción de medicamentos antibióticos y probióticos se reduce en torno a un -30 %, al tiempo que los fármacos con receta se estabilizan, y con la vuelta al cole se registra un aumento de la demanda de mascarillas infantiles (+672,6%).

El primer informe en 2021 aparece en marzo y se centra en otros efectos colaterales de la pandemia: **“Un año de COVID-19 (I)”**. La tristeza se ceba con los jóvenes. Las restricciones

de las relaciones sociales (55,1%) es lo que más ha afectado a los españoles, y de igual manera entre la población más joven (18-25 años) y la mayor de 55 años. Cofares analizaba el impacto sociodemográfico de la llamada fatiga pandémica tras más de un año COVID-19, donde las restricciones en relaciones sociales y de movilidad, el uso obligatorio de mascarillas y las continuas informaciones y actualizaciones de datos sobre el virus han conllevado a que los españoles entren en un estado de malestar y nerviosismo.

En mayo **“Un año de COVID-19 (II): El rol de las farmacias durante el primer año pandémico”**, donde vemos que el 86,1% de los mayores de 55 años acudiría a las farmacias a vacunarse. Si nos centramos por zonas geográficas, destaca que los cántabros y aragoneses son los más dispuestos a vacunarse en las boticas. Cabe destacar que son los boomers (mayores 55 años) los más proclives a vacunarse en farmacias.

En junio aparece **“Un año de COVID-19 (III)”** donde vemos que el 62% de los españoles se-

guirá llevando mascarilla en ocasiones puntuales. Las mascarillas sanitarias son las preferidas para protegerse: el 41,5% opta por las FFP2 y el 37% se decanta por las quirúrgicas. La opción textil sólo convence a 2 de cada 10.

En octubre: **“El ‘Baby Boom’ de las mascotas”**. Se dispara el consumo de productos de salud animal. Análisis sobre el comportamiento de la demanda en farmacias de productos de salud animal y leches infantiles. En agosto de 2021, la demanda de productos de veterinaria se sitúa en el +15% y la de leches maternizadas en el -10%.

Comenzamos 2022 en febrero con **“Dos Años de Pandemia (I)”**. La prevención acaba calando en los jóvenes: el 97% se apoya en los test. Los españoles de entre 18 y 25 años interiorizan la importancia de la prevención, apoyándose en las pruebas de autodiagnóstico en porcentaje más elevado que sus mayores. Que la farmacia es un lugar seguro donde poder vacunarse es una percepción que tiene la mayoría de los encuestados. 7 de cada 10 españoles (74,1%) asegura

OPTIMIZAMOS EL CONSUMO DE ENERGÍA

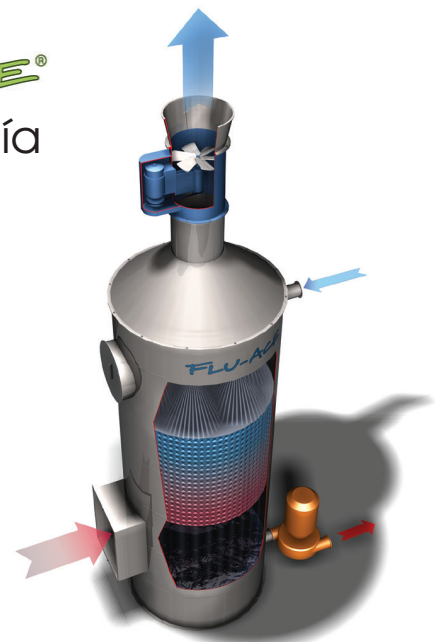
AHORRO ENERGETICO = AHORRO ECONOMICO

-10%
-30

Con la actual tecnología **FLU-ACE®**
de **THERMAL ENERGY INTERNATIONAL INC.** para recuperar energía
de salidas de humos, **ahorraremos**
entre el **10 - 30%** de la energía
consumida actualmente.



www.tecniq.cat
info@tecniq.cat

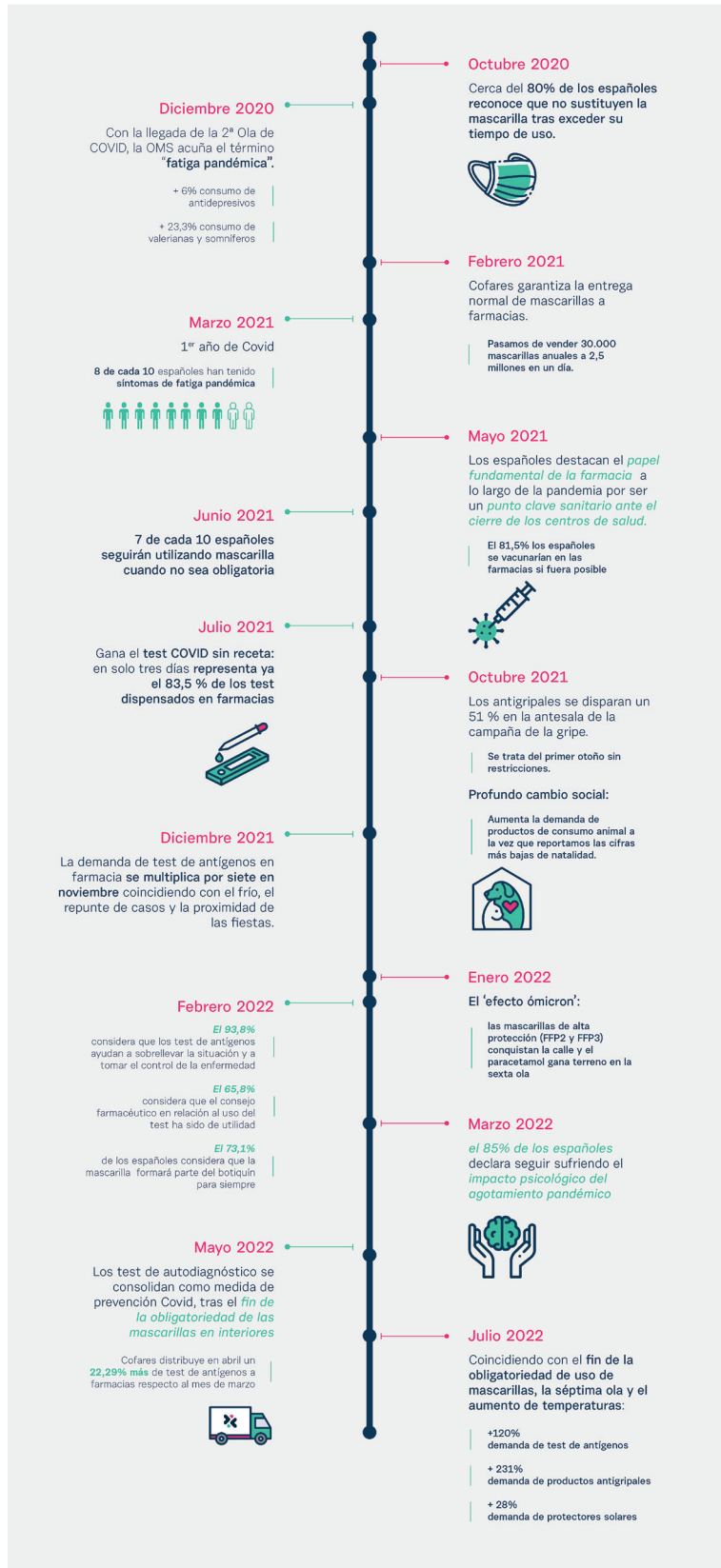




observatorio de tendencias

Levantamos patrones de consumo que nos hablan de las necesidades o inquietudes que tiene la sociedad.

El termómetro en vivo de la salud real



que acudiría a la farmacia para vacunarse de la Covid-19 si fuese posible.

En marzo "Dos Años de Pandemia (II)": El efecto COVID se enquistaba y se cebaba con la salud mental del 85% los españoles. Dos años después los efectos en la salud mental no mejoran: el 85% de los españoles declara seguir sufriendo el impacto psicológico del agotamiento pandémico —la misma proporción que en 2021—, unos efectos que se intensifican entre las mujeres (89%) y los jóvenes (94%).

En julio hablamos de "Antigripales y productos solares". La paradoja del verano: crece la demanda de antigripales y solares ante el repunte de infecciones. Entre febrero y junio se ha registrado un importante incremento de la demanda de fármacos y productos de salud para el resfriado (213%), a la vez que la anticipación del buen tiempo ha animado la venta de cremas para proteger la piel (28%).

Ese mismo mes el Presidente de COFARES Eduardo Pastor celebra el **segundo aniversario** del Observatorio de Cofares, al frente de los patrones de consumo en salud de la población española. Nos cuenta que es un formato basado en dossiers de actualidad y encuestas periódicas con el que hemos conseguido levantar patrones de consumo que nos hablan de las necesidades e inquietudes de salud que tiene nuestra sociedad. Y para ello nos apoyamos en nuestro big data -el mayor de la distribución farmacéutica-, un termómetro vivo de las preocupaciones, demandas e intereses de los ciudadanos que acuden a su botica en busca de consejo farmacéutico y atención sanitaria de primer nivel.

En octubre publicamos "Evolución de la demanda de fármacos para incidencias respiratorias tras la COVID-19". Alérgicos todo el año: la demanda de productos de salud respiratoria crece de manera continuada. La solicitud acumulada de medicamentos y productos destinados a respirar crece un 9,3% respecto a niveles prepandémicos.

Y en noviembre "Uso y abuso de antibióticos: el peligro de la resistencia bacteriana". Suspensión en el uso de antibióticos: el 60,1% de los españoles guarda los que le sobran para casos de urgencia. El 24% de los encuestados opina que el antibiótico no le hace el mismo efecto que antes, porque su organismo está habituado o porque los fármacos actuales no están preparados para hacer frente a las nuevas bacterias.



Evaluamos tu nivel de seguridad IT

Garantiza la integridad de tus sistemas,
tus datos y la continuidad de tu negocio



¿Hablamos?

www.qualipharmagroup.com 

Madrid | Barcelona | León | Bilbao | Buenos Aires 

info@qualipharmagroup.com 

+34 915 734 206 | +34 938 346 355 