



REAL E ILUSTRE
COLEGIO DE FARMACÉUTICOS
DE SEVILLA

NOTA DE PRENSA

El Colegio de Farmacéuticos de Sevilla presenta, con motivo de la celebración del Día Mundial del Farmacéutico, un informe sobre la percepción social de la farmacia en la provincia

EL 86% DE LOS SEVILLANOS TIENE UNA FARMACIA DE CABECERA Y EL 30% CONOCE A SU FARMACÉUTICO HACE MÁS DE 20 AÑOS

- El 89,9% considera la farmacia muy importante para la salud pública, porcentaje que se eleva al 95,8% en las poblaciones pequeñas
- La frecuencia de visita a la farmacia es de 1,4 veces al mes, y de 1,6 en mujeres y personas mayores 55 años
- Pese a la crisis, la población percibe que la calidad de servicio en las farmacias ha aumentado, y el 79% opina que además que la farmacia se ha modernizado “mucho o bastante” en los últimos años
- Casi el 75% de la población solicita consejo farmacéutico alguna vez o a menudo y el 97% valora muy positivamente ese consejo.
- Las preguntas sobre casos leves para evitar la visita al médico, y las consultas sobre el tratamiento y sobre la administración de los medicamentos son las más recurrentes en el consejo farmacéutico
- Realizado por Commentia, el informe contiene los resultados de una encuesta entre 801 hombres y mujeres de más de 18 años residentes en la provincia de Sevilla

Sevilla, 25 de septiembre de 2014.- Con motivo de la celebración del Día Mundial del Farmacéutico, el Colegio de Farmacéuticos de Sevilla ha presentado hoy un Informe sobre la Percepción Social de la Farmacia en la población residente en la provincia de Sevilla, basado en más de 800 encuestas realizadas a hombres y mujeres mayores de 18 años. Entre los datos más llamativos que arroja el estudio, destaca el alto grado de fidelidad que los usuarios muestran hacia *su* farmacia y *su* farmacéutico.

Así, el 86% de la población declara tener una farmacia habitual o de cabecera, en tanto que sólo el 14% afirma ir a la farmacia que mejor le viene según el momento. Entre la población mayor de 55 años ese porcentaje sube incluso hasta el 92,8% y en las mujeres es también ligeramente superior a los hombres (86,6 frente a 85,4). Los jóvenes se muestran más abiertos a hacer un uso indistinto de las farmacias, aunque también mayoritariamente tienen farmacia habitual (79,8 frente a 20,2). El estudio muestra asimismo que la relación con la farmacia habitual dura muchos años, y que hay una clara relación entre los años que conoce al farmacéutico y el tiempo que dura la relación con la farmacia. Tanto es así que el 30% de la población hace más de 20 años que conoce a su farmacéutico y este porcentaje sube al 43% en más de 55 años. El estudio indaga en las razones de esta fidelidad de los usuarios a *su* farmacia y *su* farmacéutico, destacando la cercanía (en el 76% de las respuestas) y el trato (en el 42% de las respuestas) como principales razones.

Establecimiento de referencia en el sistema de salud

La encuesta revela al mismo tiempo la relevancia que los sevillanos otorgan a la farmacia como establecimiento sanitario, pues el 89,9% la consideran muy o bastante importante para la salud pública, porcentaje que se incrementa hasta el 95,8% en las poblaciones pequeñas. Asimismo, en una de cada cinco encuestas, la farmacia sale como uno de los establecimientos que el encuestado visita por motivos de salud y en una de cada diez encuestas sale como la primera mención, por encima de médico de cabecera, consultas privadas y médicos especialistas, y sólo por debajo de centro de salud, ambulatorio y hospital. La frecuencia de visita es de 1,4 veces al mes, siendo las mujeres y los mayores de 55 quienes la visitan más: 1,6 veces al mes.

Los encuestados puntúan asimismo con un 8,45 sobre 10 la calidad del servicio prestado por las farmacias, elevándose esa valoración al 8,67 en las mujeres y al 8,72 en la población de mayor edad (de 55 a 75 años). El factor humano y el trato personal son los aspectos de la farmacia más valorados de manera espontánea, particularmente en el segmento de mujeres, mayores y residentes de poblaciones pequeñas. Le siguen la disponibilidad de los medicamentos y productos sanitarios y el asesoramiento ofrecido. El 43% no encuentra ningún aspecto que “les guste menos” en las farmacias. Un 78,6% de la población considera además que el número de farmacias es adecuado.

Claves para elegir la farmacia

Estos datos son bastante coherentes con los criterios que los usuarios dicen seguir a la hora de elegir una farmacia. Preguntados por diferentes factores de decisión, son los temas relacionados con el componente humano los que salen en primer lugar, seguidos del asesoramiento y conocimiento del farmacéutico y del personal que atiende. Eso es así en todos los segmentos de población, si bien es cierto que el factor humano recibe aún mayor valoración entre los segmentos de población femenina y mayor, y los jóvenes son más sensibles a la variedad, el precio y las condiciones de pago.

Así, de forma concreta, y en relación a las diferencias entre los diferentes segmentos de población, el estudio muestra que el asesoramiento que es más valorado en las

mujeres y crece también en las poblaciones de menos de 10.000 habitantes. Por su parte, la cercanía a la casa o lugar de trabajo es especialmente valorada a partir de los 35, siendo algo menos relevante en jóvenes. Igualmente, conocer al farmacéutico es más valorado por mujeres y a partir los 35 años, en los municipios pequeños y curiosamente también en las grandes ciudades de más de 500.000 habitantes

Impacto de la crisis

La encuesta también muestra que los usuarios han valorado muy positivamente el esfuerzo de la oficina de farmacia por atenuar, eludir o contrarrestar el impacto de la crisis, tratando sobre todo de que no repercuta en la calidad de servicio. Así, el 51,4% de la población encuestada opina que las oficinas de farmacia han sido capaces de aumentar la calidad del servicio a pesar de la crisis, en tanto que sólo el 12,1% opina que la ha rebajado. Esa percepción es especialmente intensa en los grupos de población de 18 a 34 años y de 35 a 54 años. Los aspectos en los que los usuarios creen que las farmacias han sido capaces de mejorar, a pesar de las dificultades, son los de una mejor atención al paciente, un mayor y mejor asesoramiento y una cartera de servicios y productos más amplia siempre vinculada a la salud y el bienestar. Quienes opinan que la calidad del servicio ha disminuido con la crisis, aportan como razones argumentos relacionados con las políticas públicas de ajuste y no con la farmacia: los genéricos, la falta puntual de medicamentos y las políticas de copago.

Modernización y receta electrónica

Asimismo, la encuesta revela una clara percepción social de que las farmacias de Sevilla se han modernizado durante el periodo de crisis, lo que indudablemente redundará positivamente en la profesión. El 79% opina que lo han hecho además “mucho o bastante”, porcentaje que sube incluso al 81,7% en mujeres y al 82,3 en el grupo de 35 a 54 años de edad.

Uno de los factores que puede haber inducido a esa percepción de modernización es la dispensación mediante receta electrónica, que se revela en la encuesta con un amplio índice de popularidad y respaldo. Así, más de un 75% de los usuarios conoce la receta electrónica, y un 90,2% de quienes la conocen declaran utilizarla, con mayor intensidad de uso entre las mujeres y mayores.

La receta electrónica es asimismo claramente preferida sobre la de papel (casi el 80% la prefiere, frente al 8,7 que la prefiere en papel y el 12,2 que le da igual). Las razones que justifican esa preferencia son su comodidad y que evita visitas al médico

El profesional farmacéutico

En cuanto a las principales cualidades percibidas en el farmacéutico, los usuarios destacaron en la encuesta de manera espontánea, y por este orden, la atención y trato al paciente; la formación, preparación y profesionalidad; el asesoramiento y consejo; y la amabilidad y simpatía. Los aspectos más valorados en la primera mención fueron los mismos, sólo que la formación, preparación y profesionalidad pasaría a la primera posición. Asimismo, es reseñable que casi 7 de cada 10 entrevistados no encontraron ningún aspecto criticable del farmacéutico. La crítica más recurrente entre los que sí identificaron algunos fue la falta de amabilidad (en menos del 4% de las encuestas).

En formato sugerido, las valoraciones de los diferentes aspectos relativos a la figura del farmacéutico fueron muy positivas, con puntuaciones que oscilan entre el 8,67 a la profesionalidad del farmacéutico y el 8,27 relacionado con su implicación en la salud de sus pacientes. Por su parte, la calidad en el trato obtuvo una valoración media del 8,59 y la de confianza y fiabilidad una de 8,51. La puntuación fue por lo general más alta en las mujeres y en el segmento de población mayor de 55 años.

El consejo farmacéutico

La encuesta muestra asimismo que casi el 75% de la población encuestada solicita consejo farmacéutico alguna vez, a menudo o muy a menudo, frente al 26,2% que lo pide rara vez o nunca, y que el 97% de los que suelen solicitar ese consejo lo valora muy positivamente.

Los temas más recurrentes en los que se pide consejo farmacéutico son consultas sobre casos leves para evitar la visita al médico (en el 23,9% de las ocasiones); consultas para aclarar dudas sobre el tratamiento (en el 20% de los casos); y para informarse de la forma de administración de los medicamentos (en el 10% de los casos).

Modelo asistencial de farmacia

En la presentación de los resultados de este informe, el presidente del Colegio de Farmacéuticos de Sevilla, Manuel Pérez, ha señalado que todos estos datos no son “gratuitos” y son el resultado de un modelo asistencial y regulado de farmacia que prima los intereses sanitarios frente a los mercantiles y que garantiza el acceso universal de todos los usuarios a la prestación y atención farmacéutica, “en las mismas condiciones para el ciudadano de rentas altas que viven en zonas bien situadas, que para el que vive en barrios de menores niveles de renta, para el que vive en municipios grandes y para el que vive en municipios pequeños, en el entorno urbano y en el rural”.

“Creo que este estudio vuelve a mostrar una vez más el gran respaldo social que tiene este modelo, frente al modelo liberalizado al que quieren empujarnos ciertos grupos de presión que representan intereses muy distintos del interés general. Valores del modelo como la cercanía, el trato personal del farmacéutico, la cualificación de los profesionales sanitarios que atienden en la farmacia, el compromiso social de la farmacia, el valor del consejo farmacéutico afloran claramente en este informe y tienen como reflejo bien elocuente el alto grado de fidelidad del usuario con su farmacia y con su farmacéutico, que en la mayoría de casos se traduce en una relación de muchos años”, ha afirmado Manuel Pérez, que por último ha querido destacar también que esa relación de años entre usuario y farmacéutico es también posible porque la farmacia “no se deslocaliza, gracias precisamente al binomio titularidad/propiedad por parte de un profesional sanitario”

Para más información:

Gabinete de comunicación del Colegio de Farmacéuticos de Sevilla: Manuela Hernández (95 462 27 27 / 651 867 278) y Tomás Muriel (95 462 27 27 / 605 603 382)