Publicado en Sant Cugat del Vallès el 10/06/2021

# [El 67% de los españoles acude al menos una vez al mes a la farmacia, estudio de Boehringer Ingelheim](http://www.notasdeprensa.es)

## Los consejos personalizados, el recuerdo del tratamiento, los servicios adicionales o la presencia online son algunos de los elementos valorados por las personas que acuden a la farmacia comunitaria. Los pacientes habituales y los ocasionales son los dos perfiles más frecuentes. El informe Farmacias que cambian la vida de sus pacientes ha sido promovido por Boehringer Ingelheim con un enfoque centrado en la persona

 Boehringer Ingelheim, en línea con su propósito de situar al paciente en el centro de su estrategia, ha presentado el informe Farmacias que cambian la vida de sus pacientes en el que analiza el comportamiento, las necesidades y las motivaciones de las personas que acuden a la farmacia. El informe, que ha contado con la colaboración de personal de farmacia, médico y especialistas de varios sectores, pretende ser una herramienta más para el cuidado de los pacientes acompañándoles, también, cuando acuden a la farmacia. El estudio Farmacias que cambian la vida de sus pacientes ha sido elaborado combinando una encuesta a más de 1.000 pacientes, entrevistas en profundidad y también con un estudio etnográfico analizando el comportamiento de los pacientes en farmacias. La farmacia se confirma como un punto clave de atención a la salud de las personas, una realidad que se ha agudizado durante la pandemia de la COVID-19. En este contexto, el estudio aporta datos significativos sobre el comportamiento, las motivaciones y las percepciones de los pacientes cuando visitan las oficinas de farmacia como, por ejemplo, que un 67% de los españoles acude a la farmacia al menos una vez al mes, un usuario que el estudio ha establecido como paciente habitual; mientras que un 29%, lo hace de forma más puntual (cada 2 a 6 meses), un paciente que en el estudio se define como ocasional. En ambos casos, las principales razones para visitar la farmacia son, a parte de la recomendación del médico, el asesoramiento personalizado o la búsqueda de un producto para solucionar un problema de salud. El farmacéutico como primera opción para resolver dudasEl informe constata que, para todos los pacientes, el farmacéutico es la primera opción para resolver dudas sobre síntomas leves y, aunque valoran aspectos como la atención y la amabilidad, es el asesoramiento personalizado el principal motivo de visita a la farmacia comunitaria. En este sentido, los datos confirman que para los productos que no requieren receta, uno de los aspectos que más motiva a los pacientes habituales (62%) y a los ocasionales (55%) es el asesoramiento personal especializado. Que la farmacia resuelva adversidades o que pueda conocer determinados detalles del historial clínico del paciente son otros aspectos que valoran los usuarios, que aprecian igualmente la presencia de la farmacia comunitaria en las redes sociales, tanto por sus contenidos divulgativos sobre bienestar y calidad de vida, como por la posibilidad de resolver dudas desde el propio dispositivo. El informe detecta que, además del asesoramiento en la farmacia y en el mundo online, la farmacia comunitaria juega un papel importante ayudando a los pacientes a tener mejor adherencia a su tratamiento, aportándoles seguridad y tranquilidad cuando, por ejemplo, les recuerda el nombre de los medicamentos que se toman. “Para que la farmacia comunitaria pueda proporcionar un servicio más eficiente a nuestros usuarios, es imprescindible conocer quiénes y cómo son nuestros pacientes y su clasificación por personalidad, necesidades u otros factores”, subraya Jesús Carlos Gómez, farmacéutico y presidente ejecutivo de la Fundación SEFAC (Sociedad Española de Farmacia Clínica, Familiar y Comunitaria). El estudio también analiza otros parámetros como las razones por las cuales se decantan por un establecimiento u otro, la fidelidad a su farmacia o la actitud frente a los tratamientos médicos. Y recomienda que, al diseñar una estrategia de transformación, la farmacia tenga muy en cuenta lo que más valoran los usuarios, que en el paciente habitual es el empoderamiento, la adherencia y la motivación; mientras que en el paciente ocasional es la agilidad, la eficiencia y el asesoramiento. Videollamadas o entrega en casa, servicios para agregar valorFarmacias que cambian la vida de sus pacientes confirma el gran potencial del servicio de farmacia como agente de salud con opción de ofrecer nuevos recursos que complementan los de la farmacia tradicional. En esta línea, subraya las posibilidades de servicios como videollamadas o entrega de medicamentos en casa previo envío de receta, que los pacientes entrevistados en el informe aseguran que utilizarían si estuvieran disponibles. El estudio aporta un total de 18 soluciones que las farmacias pueden adoptar para transformarse y mejorar la experiencia del cliente, enmarcadas en campos como el de buenas prácticas, innovación o beneficios. Entre las propuestas sugeridas, se incluye crear un servicio de microcitas de 10 minutos para asesorar personalmente al paciente, establecer un canal directo de comunicación con el usuario, habilitar la posibilidad de hacer compras a través de canales digitales, diseñar un programa de fidelización, o la organización de eventos presenciales o digitales. Son prácticas, algunas, que como apunta el estudio, ya se están llevando a cabo en algunas farmacias. “Estar cerca de los pacientes para conocer sus necesidades y facilitarles herramientas que nos permitan seguir avanzando juntos en la mejora de su calidad de vida, es uno de nuestros cometidos como compañía. Este informe constituye una herramienta más para el cuidado de los pacientes, ofreciendo información práctica y de valor a los pacientes a la hora de visitar la farmacia”, detalla Denise Quintiliano, gerente de Comunicación y Patient Advocacy de Boehringer Ingelheim España. Boehringer Ingelheim “Aportar valor a través de la innovación”Boehringer Ingelheim trabaja en terapias innovadoras que mejoren la vida de los humanos y los animales. Como empresa biofarmacéutica líder en investigación, crea valor a través de la innovación en áreas de alta necesidad médica insatisfecha. Fundada en 1885 y, desde entonces, de propiedad familiar, Boehringer Ingelheim tiene una perspectiva a largo plazo. Alrededor de 52.000 empleados atienden a más de 130 mercados en las tres áreas de negocios: salud humana, salud animal y producción biofarmacéutica. Conoce más en www.boehringer-ingelheim.es

**Datos de contacto:**

Anna Serrano

+34 618 640 675

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/el-67-de-los-espanoles-acude-al-menos-una-vez](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Nacional Medicina Nutrición Industria Farmacéutica Sociedad E-Commerce



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)