

La digitalización de la farmacia, en crecimiento

UNA PARTE DE LA TRANSFORMACIÓN VIENE POR LA DIGITALIZACIÓN. ÉSTA APORTA NUMEROSOS BENEFICIOS A LA OFICINA DE FARMACIA. UNO DE ELLOS ES QUE PERMITE INVERTIR MÁS TIEMPO EN MEJORAR LA ATENCIÓN AL PACIENTE. EN MUCHAS OCASIONES, ES SINÓNIMO DE EFICIENCIA Y CALIDAD. TAMBIÉN PUEDE SER LA CLAVE PARA DIFERENCIARSE.



Acelerar la transformación digital de las farmacias es una prioridad. Hay unanimidad en que el futuro de la farmacia pasa por su digitalización. Por ello, profundizamos de la mano de farmacéuticos y de expertos en qué momento nos encontramos en este ámbito en el que aún queda un largo camino por recorrer.

Lo primero que analizamos con ellos es qué aporta la digitalización a la oficina de farmacia y si su transformación viene impulsada por dicha digitalización. **Guillermo Estrada Riobos**, farmacéutico titular, señala que *"la digitalización, protocolización y administración de procesos a través de distintas herramientas permite invertir ese tiempo en mejorar la atención a nuestro paciente"*. La farmacia es especialista en transformarse y actualizarse, pero cree que la transformación viene impulsada por las necesidades de los pacientes y las exigencias de las administraciones. A su parecer, *"las herramientas digitalizadoras son transportes para llegar a cubrir esas necesidades y exigencias"*.

Los cambios en los últimos años vienen de la mano de una digitalización tanto en la fidelización de los pacientes, la entrada del uso de venta online o las redes sociales, hasta la actualización de los conocimientos realizando formación online. **Irene González Orts**, farmacéutica comunitaria en Campo de Mirra (Alicante) y divulgadora de salud como @Boticonsejo, afirma que, en la mayoría de las situaciones, la digitalización ofrece a la farmacia comunitaria *"un ahorro de tiempo importante en la parte más administrativa"*. Si bien, no solo queda ahí. Además, *"puede ser la clave para esa pequeña diferenciación que tanto se está buscando"*.

Francisco Javier Iniesta Fajardo, farmacéutico, formador especializado en inteligencia artificial (IA) en el sector farmacéutico a través de cursos de formación en www.farmaceando.com y creador de Farmaceando en redes sociales, determina que la digitalización conlleva numerosos beneficios

a la oficina de farmacia. Detalla que, primero, *"mejora la eficiencia operativa al automatizar tareas rutinarias y administrativas, permitiendo a los farmacéuticos dedicar más tiempo a lo realmente importante, que es el paciente"*. Segundo, *"facilita una mejor gestión de inventarios, reduciendo el riesgo de desabastecimiento y optimizando los recursos disponibles"*. Tercero, *"habilita nuevas formas de interactuar con los pacientes a través de plataformas digitales y redes sociales, ofreciendo servicios personalizados y accesibles desde cualquier lugar y en cualquier momento"*. Cuarto, *"la digitalización posibilita llegar a más personas, expandiendo el alcance de la farmacia más allá de su ubicación física y haciendo que los servicios estén disponibles para un público más amplio"*. No duda en que la digitalización juega un papel fundamental en la transformación de la farmacia. Subraya que estamos viviendo en una era en la que la tecnología no solo está mejorando procesos internos, sino que está revolucionando la forma en que los farmacéuticos se comunican con los pacientes. En ese sentido, la integración de herramientas digitales en el día a día de la farmacia facilita adaptarse a las expectativas de un público cada vez más informado y exigente.

EL ANÁLISIS DE DATOS PERMITE OFRECER
RECOMENDACIONES PERSONALIZADAS,
AUMENTANDO LA SATISFACCIÓN
Y FIDELIZACIÓN DE LOS PACIENTES

Por su parte; **Jaime Acosta**, director del Grupo Asesor de Tecnología de la Federación Internacional Farmacéutica (FIP), indica que *"la digitalización en general aporta eficiencia y calidad en la medida en que los procesos se pueden optimizar sin intervención humana"*. Puntualiza que la digitalización de la farmacia va a permitir *"la prestación de servicios muy innovadores que hoy día no existen"*. Esta transformación se dirige más hacia la prevención que hacia el tratamiento. Sostiene que la digitalización posibilita a los farmacéuticos estar más presentes junto al cliente y ser más eficaces y eficientes. **Quintiliano Pérez Muñoz**, titular de la Farmacia Parque Europa, en Arganda del Rey, justifica que, gracias a la implementación de diferentes servicios, se puede realizar un mejor consejo que corrija el problema y no solo el síntoma. Se maximiza el tiempo junto al cliente. Todo el tiempo es para el paciente gracias a la receta electrónica, los robots, los programas de gestión y los dispensadores de efectivo. Incide en que, ahora, se pueden poner en contacto con el médico gracias al bloqueo cautelar y comunicar las faltas continuadas al Consejo de Farmacéuticos gracias a herramientas como CISMED. Por otra parte, existen programas, como Burofarma, que ayudan a sincronizar las facturas y albaranes y con los que es más fácil encontrar errores. *"Las etiquetas electrónicas nos permiten mostrar al cliente que nuestros precios en parafarmacia son competitivos"*, asevera. Dice que, gracias al servicio de SMS, se puede informar a sus usuarios de cuando están disponibles sus encargos. Del mismo modo, la digitalización hace más sencilla la gestión de los turnos a los clientes.

José Fragero, responsable comercial en Consoft, una empresa Glintt Life, incluye, entre los múltiples beneficios que aporta la digitalización a la oficina de farmacia, *"una mayor eficiencia operativa, mejor gestión del inventario y una mejora en la atención al cliente"*. Considera que la transformación de la farmacia está efectivamente impulsada por la digitalización, que permite la integración de tecnologías avanzadas como la automatización, la IA y el análisis de datos para optimizar los procesos y servicios. No hay que olvidar de que uno de los primeros pasos que dará un cliente para saber más de una farmacia será buscar información en internet. **Isaac Fàbrega i Sánchez**, cofundador y CEO de Farmaoffice, advierte de que, si no la encuentra, *"la percibirá como una farmacia desactualizada y esto podría acabar afectando a su reputación"*. Por eso, *"Nextera ofrece a la farmacia la posibilidad de contar con una página*

¿EN QUÉ SENTIDO LA TECNOLOGÍA ESTÁ PARA AYUDAR A LA FARMACIA DEL FUTURO?

- **Guillermo Estrada Riobos:** *“La falta de profesionales sanitarios en farmacia comunitaria es un hecho presente y será un problema futuro ineludible. Cada día nos damos de bruces contra esta realidad y la tecnología digitalizadora y de IA puede ayudarnos a paliar este déficit de profesionales para dedicar al paciente el tiempo humano que necesita”.*
- **Irene González Orts:** *“La tecnología nos ayuda a reducir esas tareas que en muchas ocasiones no nos gustaba realizar y así poder disponer de tiempo para trabajar más en la atención a nuestros pacientes. Yo veo la farmacia en el futuro mucho más asistencial y al lado del paciente de una forma mucho más individualizada”.*
- **Francisco Javier Iniesta Fajardo:** *“La tecnología está diseñada para transformar y optimizar el sector farmacéutico en varios aspectos clave. (1) Eficiencia operativa: la implementación de sistemas automatizados reduce errores humanos, asegura una disponibilidad constante y libera tiempo para que nosotros como farmacéuticos nos centremos en la atención al paciente. (2) Atención personalizada: herramientas de IA y análisis de datos permiten ofrecer mejores recomendaciones centrándonos en las necesidades reales de cada paciente. Esto mejora la calidad del servicio y la satisfacción del paciente. (3) Accesibilidad y conveniencia: la telemedicina y las consultas virtuales facilitan el acceso a la atención farmacéutica, especialmente para aquellos que viven en áreas rurales o tienen dificultades para desplazarse. (4) Comunicación eficiente: las redes sociales permiten una comunicación continua y efectiva con los pacientes. (5) Educación y formación continua: la tecnología proporciona acceso a recursos educativos y de formación continua para los farmacéuticos, manteniéndolos actualizados con las últimas investigaciones y prácticas en el día a día de la farmacia. (6) Sostenibilidad y responsabilidad: la tecnología puede ayudar a gestionar mejor los recursos y reducir el tiempo. Esto no solo es beneficioso desde una perspectiva económica, sino también desde una perspectiva medioambiental. La tecnología definitivamente está preparada para revolucionar la farmacia del futuro”.*
- **Jaime Acosta:** *“En la prestación de servicios digitales complejos, que van a apoyar los servicios del farmacéutico de manera que muchos de ellos discurrirán en automático, sin intervención del farmacéutico, y permitirán que éste ponga su tiempo en los procesos que más valor pueda aportar su conocimiento; al paciente y también el trato humano en la medida en que en el futuro vamos muy probablemente*

a interactuar solo en la mayor parte del tiempo con máquinas. La farmacia tiene que transformarse digitalmente porque el mundo se transforma digitalmente y no se puede quedar atrás. Si nos quedamos atrás, nos extinguiremos”.

- **Quintiliano Pérez Muñoz:** *“Actualmente, nos permite estar más tiempo junto al paciente. Y tenemos más tiempo para cortar cupones. Lo siento, lo tengo que comentar. No entiendo cómo, con los códigos QR que permiten la trazabilidad completa de cada unidad de un medicamento, seguimos haciendo esto”.*
- **José Fragero:** *“La tecnología ayudará a la farmacia del futuro proporcionando herramientas para una mejor gestión de datos y la integración de IA, permite ya el análisis predictivo de la salud de los pacientes. También facilitará la personalización de tratamientos y el seguimiento continuo del estado de salud del paciente”.*
- **Isaac Fàbrega i Sánchez:** *“La tecnología se ha convertido en una herramienta fundamental en todos los aspectos de nuestras vidas, y en el caso de la farmacia ha demostrado ser un factor clave para aumentar la rentabilidad, mejorar la eficiencia y productividad, o mejorar la calidad de la atención al paciente. La incorporación de las tecnologías emergentes será esencial para el éxito de las farmacias en el futuro, y permitirá, por ejemplo, disponer de sistemas automatizados de gestión y de herramientas digitales para mejorar la eficiencia operativa, proporcionar información relevante a través de canales digitales para mantener a los clientes informados y comprometidos con su salud, mejorar los servicios de atención al cliente para abordar de manera efectiva las consultas y preocupaciones de los clientes, etcétera. Adaptarse a las nuevas necesidades implica una combinación de innovación, tecnología, y una comprensión continua de las expectativas del cliente con respecto a la farmacia. El cambio requiere tiempo y esfuerzo, pero esta combinación de herramientas tecnológicas y un enfoque centrado en el paciente permitirá a los farmacéuticos mejorar sus servicios y mantenerse como referentes en la mente de sus clientes. En definitiva, la digitalización y la incorporación de tecnología en la farmacia contribuirá a una atención más eficiente, segura y personalizada, mejorando tanto la experiencia del paciente como los procesos internos de las farmacias. Por ello, la farmacia debe afrontar el abordaje de los retos que se presentan en materia digital, adquiriendo habilidades específicas que permitan desarrollar soluciones innovadoras”.*

web y perfiles en las redes sociales, de generar contenido de calidad, de tener una ficha en Google Business actualizada o de enviar comunicaciones personalizadas a sus usuarios”. Hace hincapié en que los clientes piden inmediatez, transparencia y comunicación personalizada. Para hacerlo de una forma efectiva y eficaz, *“la presencia online es una de las principales armas de la farmacia”.* Especifica que *“la farmacia se encuentra en un gran momento para conectar con sus pacientes”.* La mayoría de los usuarios está conectada buena parte del día, a través de ordenadores o móviles. Nuevos canales de comunicación se han abierto, facilitando así que

las farmacias y las personas puedan dialogar en la red; *“un punto de encuentro donde los usuarios están muy predispuestos a escuchar y donde buscan ser escuchados”.* Este factor no debería pasar desapercibido para una farmacia.

Presente

¿En qué momento se encuentra la digitalización de la farmacia? Estrada Riobos responde que *“está totalmente presente en la farmacia, desde el control de horas del personal hasta el control de temperaturas de la nevera, desde el registro Datamatrix de medicamentos hasta el control de los lineales través de códigos geográficos”.* Es decir, *“hay pocos aspectos que no estén digitalizados hoy en día, lo que convierte a la farmacia en uno de los establecimientos más preparados en este sentido”.* González Orts remarca que *“la digitalización de la farmacia se encuentra en momentos de crecimiento”.* Son muchas la farmacias que hay en nuestro país, más de 22.000, *“y no en todas ellas se ha implantado la digitalización de la misma forma”.* Delibera que hay algunas con las últimas novedades o muy implicadas en trabajar esta área, y algunas otras que trabajan solo lo esen-

cial en relación a este tema y en muchos casos porque la sociedad así lo requiere. *“Lo cierto es que cada vez más estas necesidades de la población hacen que muchos farmacéuticos se adapten y trabajen mucho más la digitalización”,* reflexiona. ¿Quién no ha mirado en Google la valoración de un sitio antes de acudir a por un servicio? Muchos de los pacientes lo consultan antes de acudir por primera vez a alguna farmacia. Defiende que *“ese pequeño ‘escaparate’ es necesario que sea un reflejo del buen trabajo sanitario que se hace en el interior”.* Glosa dónde podemos encontrar parte de esta digitalización: *“Optimizar trabajos diarios que necesitamos hacer en la farmacia. Horario de empleados, gestión de vacaciones, calendario, organización de tareas. Presencia online de la farmacia. Creación de página web, redes sociales o Google. En general es el uso de las nuevas tecnologías para conseguir la mejora tanto de la farmacia comunitaria como del ahorro del tiempo que le dedicamos”.* Según Iniesta Fajardo, *“la digitalización de la farmacia está en una fase menos avanzada en comparación con otros sectores”.* Alega que, aunque muchas farmacias han empezado a implementar sistemas de digitalización, aún queda un largo camino por recorrer. *“La clave para avanzar en este proceso es cambiar la mentalidad en la farmacia con respecto al concepto de digitalización en el sector farmacéutico”,* manifiesta. Desgrana que las nuevas tecnologías ya están presentes de diversas maneras. Aplicaciones móviles, plataformas de telemedicina que facilitan consultas virtuales, ampliando el acceso a la atención farmacéutica y, por supuesto, las redes sociales. Las redes sociales se han convertido en plataformas esenciales para la comunicación y el marketing, *“facilitando el diálogo continuo con los pacientes y teniendo la oportunidad de aportar valor como farmacéuticos a personas que no podíamos llegar de otra manera”.* Resume que, a pesar de que la digitalización en la farmacia está menos avanzada que en otros sectores, *“la adopción de nuevas tecnologías es crucial”.* Insiste en que, para lograr una transformación efectiva, *“es fundamental cambiar la mentalidad en torno a la digitalización, reconociendo su importancia y beneficios para mejorar la eficiencia, la calidad del servicio farmacéutico y la accesibilidad para los pacientes”.*

Se muestra de acuerdo con que queda mucho recorrido en el sector Acosta. Razona que éste ha sido pionero en la incorporación de herramientas informáticas y que la digitalización ha sido importante en herramientas de negocio. No obstante, no han logrado transformar la farmacia en lo que es actualmente. Por ejemplo, la receta electrónica, en España, ha sido una *“mera transposición digital de un documento administrativo”.* *“Lo que sí se está viendo es que los procesos que hacen las farmacias pasan al canal digital, pero sin cambiarse”,* certifica. Menciona que, en Canadá, prestan servicios a distancia en remoto a través de herramientas de telefarmacia, por videochat y otras herramientas, pero en la práctica es como si tuvieran al paciente delante, solo que a distancia. *“Esto está muy bien porque facilita mejorar la accesibilidad a los servicios. Las farmacias pueden llegar a más pacientes con servicios que, de otro modo, serían imposibles por la limitación de pacientes a los que se refieren”,* debate. En Australia, hay algunas farmacias que están prestando servicios de salud masculina a pacientes que tienen una intervención de próstata, se les ayuda al alta y al seguimiento del proceso. Este servicio, prestado de manera analógica, *“sería imposible”.* *“Tenemos una de las mejores redes de farmacias del mundo”,* se congratula Pérez Muñoz. De hecho, nuestro sistema asegura que haya farmacias a disposición del ciudadano aun cuando no son rentables. Lamenta que *“es una pena que un sistema que cuida esto no pueda dotar a las oficinas de farmacia de subvenciones y recursos para hacer partícipes a un mayor número de pacientes de las ventajas que la digitalización conlleva”.*

Fragero es de los que piensan que *“la digitalización de la farmacia se encuentra en una fase de crecimiento y adopción progresiva”.* Muchas farmacias están incorporando sistemas de gestión digital, herramientas de marketing digital, y todo ello en continua evolución. Las nuevas tecnologías están presentes en la gestión de inventarios automatizados, la dispensación robotizada de medicamentos, y el uso de aplicaciones móviles para facilitar la comunicación entre pacientes y farmacéuticos.

Las farmacias, tradicionalmente defensoras del servicio cara a cara, no han permanecido ajenas al fenómeno de la digitalización, y los datos más recientes ofrecen un panorama fascinante de esta evolución. Fàbrega i Sánchez atestigua que *“la digitalización cada vez tiene más peso en la farmacia, y los farmacéuticos están adoptando activamente las herramientas digitales para adaptarse al futuro”.* Expone que estamos ante una época de transformación en la que la farmacia no solo adopta la tecnología, sino que asimismo la integra de manera eficiente en todos sus procesos para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la práctica farmacéutica. La clave del éxito estará en *“encontrar un equilibrio entre mantener la esencia de la atención personalizada y aprovechar las ventajas de la digitalización”.*

Más servicios

“La automatización y digitalización de procesos es útil para que seamos capaces de llegar a todos los pacientes de la misma forma, pero personalizando su atención a través de distintas herramientas como pueden ser los servicios profesionales”. Lo confirma Estrada Riobobos. Todos los pacientes pueden y deben conocer estos servicios. Sin embargo, no todos van a resultar beneficiarios. Si no están dentro del rango o criterios de inclusión del servicio, no deben dejar de ser informados, *“porque pueden necesitarlo ellos mismos en un futuro o sus familiares a quienes tienen a cargo”.* Avisa de que esto puede ser *“un arma de doble filo”.* *“La despersonalización es el riesgo, elaborar unos protocolos tan efectivos y mecánicos que perdamos la humanización de la atención”,* medita. González Orts corrobora que la automatización y la digitalización facilitan el ofrecer más servicios, *“no solo porque tanto la automatización como la digitalización ayudan a reducir parte del trabajo en la farmacia, sino porque todo ese tiempo que ahorra se puede utilizar para implantar un nuevo servicio y así mejorar la asistencia en la farmacia”.*

“Al optimizar procesos internos gracias a la digitalización y automatización, liberamos más tiempo y recursos que pueden ser dedicados a la atención farmacéutica en el paciente, que es lo realmente importante”, expresa en la misma dirección Iniesta Fajardo. Apunta que las herramientas digitales permiten implementar consultas virtuales, gestionar citas y enviar recordatorios automatizados, mejorando la adherencia a los tratamientos. Igualmente, *“el análisis de datos permite ofrecer recomendaciones personalizadas, aumentando la satisfacción y fidelización de los pacientes”.* Las redes sociales y aplicaciones móviles facilitan la promoción de servicios adicionales, manteniendo una comunicación continua y efectiva con los pacientes. Fundamenta que *“estas tecnologías mejoran la calidad y eficiencia del servicio, adaptándose a un público cada vez más digitalizado”.*

Acosta alude a servicios de telefarmacia en general y, luego, servicios muy innovadores, como, a través del uso de grandes datos, identificar a los pacientes susceptibles de enfermar, empeorar o que estén haciendo un mal uso de sus medicamentos. *“La tecnología identifica a aquellas personas que son más susceptibles de tener un problema y que hacen mucho más eficaz que una intervención de humano a humano a través del farmacéutico”,* deduce. Opina que hay herramientas de chatbots que pueden sustituir al farmacéutico en consultas no com-

plejas. Le interesa mucho cómo la tecnología posibilita que el farmacéutico tenga en tiempo real la información clínica y sanitaria que necesita, cuando se está triplicando anualmente la información científica disponible. Eso sí, *“estas herramientas, que ya se usan en algunos ámbitos en sanidad, en farmacia todavía no se ven”*. Tienen que llegar tarde o temprano al sector.

Pérez Muñoz dice que la automatización y la digitalización *“facilitan proporcionar más salud, pues con los servicios el paciente está mejor cuidado por ser el consejo más completo”*. Fragero completa que *“permiten a los farmacéuticos dedicar más tiempo a la atención personalizada de los pacientes, ofrecen servicios de seguimiento de tratamientos, programas de adherencia a la medicación y consultoría farmacéutica”*. Por supuesto, *“simplifican procesos administrativos”*, derivando en *“una gestión más eficiente”*.

Precisamente, en los últimos años, el impulso de las nuevas tecnologías ha evolucionado hacia la automatización. Fàbrega i Sánchez observa que se empieza a hacer uso de las nuevas tecnologías para que ciertos procesos puedan llevarse a cabo sin intervención humana, de forma automática. De esta manera, *“los profesionales pueden dejar de lado las tareas repetitivas y centrarse en otras más relevantes, lo que es muy beneficioso para el farmacéutico”*. Defiende que la automatización de tareas reduce los errores humanos, mejora la precisión en la dispensación de medicamentos, facilita la gestión de inventarios y simplifica muchas tareas de gestión. *“Esto hace que el farmacéutico pueda centrarse en el cuidado de su paciente. Y es que la esencia de una oficina de farmacia siempre se encontrará en la parte asistencial y de consejo farmacéutico, ya sea salud, belleza o bienestar, a través de recomendaciones personalizadas”*, argumenta. Por eso, aunque la tecnología dote a la farmacia de herramientas imprescindibles hoy en día, *“el farmacéutico debe seguir jugando su papel de cara al cliente como una figura de autoridad en el mundo de la salud, y la farmacia seguirá teniendo éxito siempre que el farmacéutico cuide el trato humano, la cercanía, la profesionalidad a pie de mostrador, y el cuidado y la atención al cliente”*.

Inteligencia artificial

¿Qué es lo que puede suponer la IA a la hora del trabajo de un farmacéutico en el mostrador? Estrada Riobobos vaticina que, *“sobre todo, veremos reducción de riesgos, aunque todo depende de los datos que pueda extraer esta IA”*. Notifica que, mientras no se tenga acceso a la historia farmacoterapéutica ni patológica del paciente, mientras no se tengan las bases de datos unificadas y accesibles, mientras cada uno registre distintos parámetros o ni siquiera registre nada, *“las posibles acciones de la IA son pobres”*. Las IA requieren de un entrenamiento previo y, con colaboración, se pueden crear herramientas increíbles que permitan identificar posibles problemas de salud o identificar la oferta de servicios que el paciente ni siquiera sabe que necesita.

Desde el punto de vista de González Orts, la IA no debería suponer un problema en relación al trabajo en el mostrador. *“La atención farmacéutica que el paciente busca al ir a una farmacia todavía no se puede suplir por la IA. No es lo mismo en los casos en los que el paciente tiene claro lo que quiere y lo busca por otros canales que no son la farmacia”*, recapacita. Cree que la IA tiene un papel más importante en temas de gestión de tiempo, en gestión administrativa e, incluso, en la forma en la que los farmacéuticos puedan comunicar esa información al paciente tras el consejo, para que pueda recordarlo más tarde. Concluye que *“la IA va a revolucionar la forma de comunicación con los pacientes, pero todavía queda mucho camino por recorrer hasta que llegue ese momento”*.

“La IA puede transformar significativamente el trabajo de un farmacéutico en el mostrador”, respalda Iñiesta Fajardo. Al automatizar tareas rutinarias, como responder preguntas frecuentes en redes sociales a través de *chatbots* y eliminar tareas repetitivas que no aportan valor, la IA libera tiempo para que los farmacéuticos se concentren en la atención farmacéutica. Explica que la IA *“permite ofrecer recomendaciones de productos y tratamientos basadas en datos específicos de cada paciente, mejorando la precisión y eficacia del servicio”*. En términos de atención, *“la IA facilita consultas virtuales y el seguimiento de tratamientos, haciendo que la farmacia sea más accesible y eficiente”*. Compendia que *“la IA revolucionará las farmacias al mejorar la eficiencia operativa, potenciar la gestión y las ventas y mejorar la atención farmacéutica”*. Esto es exactamente lo que hacen www.farmaceando.com: *“Formar a farmacéuticos para que consigan resultados con respecto a la inteligencia, para que logren ganar tiempo en el día a día de la oficina de farmacia”*.

Acosta recapitula que, por un lado, la IA mejora los procesos en lo que es la parte sanitaria. Va a permitir mejorar los resultados en salud. *“En la medida, primero, en que se va a poder identificar qué tratamientos van a ser más eficaces y para qué pacientes. A través del uso de patrones que ahora mismo no son desconocidos y que solamente se puedan analizar a través de herramientas de Big*

Data”, pronuncia. Hace hincapié en que esto va a provocar que el sector se enfoque mucho más en la prevención del empeoramiento de estos pacientes, y mucho más allá del tratamiento de la enfermedad, de manera que la sanidad será *“más eficiente, más barata y obtendrá mejores resultados”*. En la parte de negocio, conlleva aprovisionamiento, previsión de la demanda. Un símil que utiliza Pérez Muñoz es que *“la IA puede ser el corrector ortográfico de los farmacéuticos”*. Está ahí, *“en un segundo plano”*, y puede ayudar a detectar posibles errores o hacer una sugerencia de estilo, pero, *“al final, el humano es el que decide la mejor forma de encajarlo”*.

En palabras de Fragero, *“la IA puede suponer un cambio significativo en el trabajo de un farmacéutico en el mostrador en el momento en el que la historia digital del paciente sea una realidad accesible a la farmacia; en ese caso podría ayudar en la identificación de problemas relacionados con los tratamientos de los pacientes y las patologías de éstos, pero siempre y cuando los sistemas de salud y sus actores integren la importante labor de la farmacia en todo el proceso”*. La IA va a revolucionar la atención al paciente, analizando las prescripciones y su idoneidad y proponiendo correcciones que tendrá que aprobar finalmente el médico, lo cual redundará en un beneficio directo para el paciente.

Con todo, la farmacia puede sacar provecho de la IA para distintas tareas y usarla para encontrar distintas soluciones a los retos diarios que se le plantean. Fàbrega i Sánchez esquematiza que *“su éxito dependerá de la capacidad de la farmacia de adaptarse a las nuevas tecnologías”*. Recapitula que la IA se convierte en un aliado estratégico de la farmacia para un ahorro significativo de tiempo, tanto en la optimización de la gestión de la misma como en la mejora de la atención al paciente. Que puede ayudar a personalizar la atención al cliente, a mejorar la precisión en la dispensación de medicamentos y a mejorar su presencia digital. Que mejora la eficiencia y personalización de los servicios farmacéuticos y abre caminos hacia una atención más preventiva y adaptada a cada paciente. Que su utilización en el mostrador mejora la interacción con los pacientes y la calidad de las recomendaciones. *“Los farmacéuticos pueden apoyarse en la IA para responder preguntas frecuentes y para mejorar la comunicación con el paciente”*, aquilata. De todas formas, *“aunque pueda ser útil en el proceso de recomendación, la IA no debería suplantar en ningún momento el rigor farmacéutico”*. Reconoce que el surgimiento de la IA no ha estado exento de polémica. Por ende, *“con el fin de limitar los riesgos y aumentar*

EL PROBLEMA DEL DESABASTECIMIENTO DE MEDICAMENTOS

Otro tema que hemos tratado es de qué manera puede contribuir la digitalización a abordar el problema del desabastecimiento de medicamentos. Guillermo Estrada Riobobos considera que *“ya lo está haciendo”,* con herramientas como FarmaHelp, que ayudan a paliar este problema de desabastecimientos con una colaboración próxima entre farmacias. Por otro lado, *“de donde no hay no se puede sacar”,* y lo que se puede hacer es uso de la tecnología y la IA para definir *“dónde y cómo servir qué número de medicamentos con riesgo de desabastecimiento, tal vez estratificando pacientes por riesgo, desamparo o, incluso, en función de las prescripciones de procesos agudos”.* Advierte de que, si los medicamentos no llegan, *“todas estas herramientas no serán suficientes”.*

Irene González Orts determina que *“la digitalización es esencial para ayudar en la gestión de los desabastecimientos que, por desgracia, se viven todas las semanas”.* *“Mediante el uso de programas que ayudan a la monitorización en tiempo real y que permiten la comunicación entre farmacias podemos reducir el número de faltas que en otras circunstancias daríamos a los pacientes”,* matiza. Por ello, no solo es importante que una farmacia esté digitalizada, sino que las demás también, de lo contrario, la comunicación para estos temas sería mucho más complicada.

Jaime Acosta dice que, en la práctica, *“prediciendo mejor la demanda y los problemas de suministro”.* Para mejorar el inventario de farmacias y mayoristas y la rotación de productos. Es decir, *“predicción de demanda y mejora de los inventarios a través de herramientas digitales automáticas”.*

Opina que el problema de los desabastecimientos es un 90% de precios y el resto de otras cosas Quintiliano Pérez Muñoz. *“Tenemos uno de los mejores sistemas sanitarios del mundo y de los precios de medicamentos más bajos de Europa. En una economía global, en la que en la producción de fármacos están implicados diferentes agentes y países. Si ocurre un problema que limita la producción de algún elemento, es lógico que aquellos mercados ‘premium’ tengan menos*

dificultades para acceder a los medicamentos que nosotros”, especula. Critica que *“hay medicamentos que cuestan bastante menos que un paquete de chicles”.*

José Fragero completa que *“la digitalización puede ayudar a abordar el problema del desabastecimiento de medicamentos mediante la implementación de sistemas de gestión de inventarios en tiempo real, la predicción de la demanda a través de análisis de datos y el uso de inteligencia artificial para optimizar la cadena de suministro”.* Además, *“facilita la comunicación con proveedores y permite una respuesta rápida ante cualquier interrupción en la disponibilidad de medicamentos”.* Por último, Isaac Fàbrega i Sánchez cuenta que *“la escasez de determinados medicamentos se ha convertido en una problemática demasiado habitual, y los profesionales farmacéuticos buscan soluciones para hacer frente a esta situación”.* De ahí que hayan surgido plataformas tecnológicas que conectan a las farmacias para ofrecer una solución al paciente, permitiendo conocer la disponibilidad de medicamentos en otras farmacias cercanas para mejorar la calidad asistencial. A través de ellas, *“la farmacia puede responder a peticiones de medicamentos de otras farmacias y crear sus propias solicitudes, localizando en tiempo real los medicamentos en falta o con problemas de suministro que sus pacientes necesitan”.* A su juicio, *“se trata de una solución tecnológica innovadora que facilita a las farmacias la localización rápida y eficiente de medicamentos en falta”.* Gracias a ésta, los pacientes consiguen los medicamentos sin esperas innecesarias, garantizando la continuidad de sus tratamientos. Supone *“un firme compromiso con la atención al paciente y es un claro ejemplo de la adopción de la innovación tecnológica para mejorar la eficiencia y la calidad de la atención farmacéutica, lo que a su vez contribuye a fortalecer el modelo farmacéutico en España”.* Última que la IA permitirá predecir las tendencias de dispensación de los medicamentos, anticipar posibles tendencias de futuro en cuanto a posibles problemas de suministros y actuar con antelación frente a los desabastecimientos.

UNO DE LOS PRIMEROS
PASOS QUE DARÁ
UN CLIENTE PARA
SABER MÁS DE UNA
FARMACIA SERÁ BUSCAR
INFORMACIÓN
EN INTERNET

al máximo las oportunidades que conlleva su aplicación en el ámbito de la farmacia, es básico instaurar medidas de control en el uso de la IA para garantizar la seguridad y el bienestar de las personas, y establecer mecanismos eficaces para evitar perjudicar a las personas por decisiones tomadas por algoritmos”. En el ámbito de la farmacia, es evidente que *“estas tecnologías deben ser utilizadas en condiciones apropiadas y por personas debidamente formadas que actúen con responsabilidad”.* Es importante recordar que la tecnología y la digitalización han llegado para quedarse; que esta última es un paso crucial para adaptar el sector a las necesidades actuales y futuras de los pacientes, que permite humanizar más la labor de los farmacéuticos. Al incorporar tecnologías digitales, no solo se mejora la eficiencia operativa, sino que se puede ofrecer una atención más personalizada y cercana a los pacientes. Desde el sector, se pide que las universidades incluyan contenidos de salud digital en la formación a los estudiantes de Farmacia. Son los propios farmacéuticos los que deben liderar los cambios, para que éstos no sean impuestos desde otros sectores. Y es esencial que las farmacias no solo adopten tecnologías avanzadas, sino que inviertan al mismo tiempo en la formación continua de su personal para aprovechar al máximo estas herramientas.

A pesar de tratarse de un sector con muchas restricciones, existen multitud de posibilidades de aplicación de la innovación y la digitalización para simplificar los procesos internos de la farmacia y mejorar la calidad asistencial al paciente. +