

VERÓNICA TONIOLLI SILVA, GERENTE DE MARCA Y MARKETING DE BIDADARMA

“Últimamente hay mucha más conciencia de la necesidad de practicar un deporte como parte de una vida saludable”

QUE “LOS FARMACÉUTICOS SE CONVIERTAN EN EMBAJADORES DEL DEPORTE Y DE LOS HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES ENTRE LA POBLACIÓN” ES EL OBJETIVO DE FARMACIAS ACTIVAS, UN PROYECTO DE BIDADARMA PARA PROMOVER, DESDE SUS 8.500 FARMACIAS SOCIAS, EL DEPORTE, LA SALUD Y LA VIDA SANA.



conocimientos y trasladarlos, así, en el día a día del mostrador de la farmacia”, continúa.

El proyecto Farmacias Activas surge, justamente, dando respuesta al ODS de la ONU como uno de sus pilares, asegura Toniolli; pero también, “para poner de manifiesto la importancia de la prescripción del deporte como una de las bases de la vida saludable, siendo los farmacéuticos las personas de referencia en el trato cercano con el paciente, y cumpliendo la misión de ‘embajadores’ con el propio ejemplo”.

Requisitos para ser una ‘Farmacia Activa’

Por eso, todas las farmacias pueden ser Farmacias Activas. “El proyecto está abierto a todas las farmacias con inquietudes en poder proporcionar a sus pacientes información sobre el deporte asociado a la vida saludable, su práctica, y los cuidados para que dicha práctica se traduzca en beneficio total para la persona que lo realiza”, expone la portavoz. En la web de Bidafarma, el socio y la socia pueden acceder a contenido de mucho interés que les dará visiones diferentes sobre temas relacionados, como la nutrición deportiva o las interacciones con complementos deportivos, solo por mencionar algunos temas.

“Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades” es el tercero de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impulsados por las Naciones Unidas y sobre el que se basa Farmacias Activas, un proyecto puesto en marcha por Bidafarma. **Verónica Toniolli Silva**, gerente de marca y marketing de la cooperativa, detalla cómo surgió la idea. Así, recuerda que “las farmacias siempre han trabajado y trabajan para garantizar y promover el bienestar entre sus pacientes”. “Ello nos marcó la importancia de poder funcionar como soporte para facilitarles, de una manera ágil y actualizada, todos los recursos que le permitiesen ampliar sus ya muchos

Pero, además, la experta cuenta que, si el farmacéutico o la farmacéutica practica algún deporte, *“podrá encontrar diversas acciones o herramientas en este espacio que le darán apoyo en la práctica de su actividad”*. Como, por ejemplo, el acceso a compra de equipamiento en condiciones especiales, gestión de clubes asociados a un deporte, como el Club Strava Bidafarma que lleva más de dos años funcionando, etc.

“El objetivo es que los farmacéuticos se conviertan en embajadores del deporte y de los hábitos de vida saludables entre la población”, reza el proyecto. *“Si la población es reacia o no a la práctica de deporte, creo que depende de muchas circunstancias”*, reflexiona Toniolli. Ella considera que *“hay tendencias, y últimamente hay mucha más conciencia de la necesidad de practicar un deporte como parte de una vida saludable”*. A su modo de ver, *“lo verdaderamente significativo es que el farmacéutico o farmacéutica, como profesional sanitario de cercanía, pueda realizar una comunicación directa y positiva para crear conciencia sobre ello”*. El paciente acude a la farmacia como su primera opción, en muchos casos antes que a su centro de salud, *“por lo que la oportunidad de contacto con el paciente favorece esta información”*, apunta Verónica Toniolli.

La principal herramienta que posee el farmacéutico para convencer a las personas de la importancia de hacer deporte para una vida más saludable, indica, *“es su conocimiento y formación, lo cual le habilita para poder informar a sus pacientes sobre ello, sin olvidar que cuenta ya, de antemano, con la legitimación del paciente para ello”*. Justamente, Farmacias Activas trabaja sobre otras herramientas, como son las notas de interés, artículos, entrevistas a especialistas, etc., *“para apoyar ese conocimiento y permitir actualizarlo en el caso de que fuera necesario”*.

Y, en esa misión, es importante inculcar también la idea de que el farmacéutico cuente con información y fuentes contrastadas y fiables para luchar contra los bulos y desmentir mitos y falsas creencias. *“La farmacia es un espacio seguro en todos los sentidos”*, recalca la gerente de marca y marketing de Bidafarma. *“La pandemia ha puesto de relieve, más si cabe, que el profesional de la farmacia no solo posee un conocimiento sanitario para proveer al paciente de su consejo, sino que también cumple una función de referente en cuanto a la fiabilidad de su información. Por tanto, constantemente está brindando información segura a sus pacientes y, desde luego, contribuye a la eliminación de la desinformación en el ámbito de la salud”*, asegura.

Iniciativas para pasar a la acción

Por consiguiente, *“las farmacias ya son espacios de información para una vida saludable en su más amplio sentido”*. El proyecto Farmacias Activas beneficia directamente al paciente-cliente de la farmacia, pero convertirse en centros de información y apoyo para la práctica del deporte y para un estilo de vida saludable supone también ventajas para el farmacéutico y la propia farmacia, bajo el punto de vista de la experta. Así pues, señala que *“Farmacias Activas pretende apoyar ese trabajo del día a día de las farmacias con más información y herramientas que lo faciliten, pero, además, convertir al profesional de farmacia en un prescriptor, desde la propia experiencia de la práctica del deporte. Esto es, sin duda, mostrar a los pacientes como la farmacia es un espacio de salud integral”*. A ese propósito van destinadas todas las acciones que se van a llevar a cabo en el marco del proyecto. Una de las primeras, por ejemplo, promovió el ejercicio a través del ciclismo. *“En esta acción, Bidafarma facilitó a sus socios y socias la adquisición de ropa deportiva para la práctica del deporte”*, expone Toniolli. Y, además, desarrolló el Club Bidafarma en la red social Strava, *“con el objetivo de crear una comunidad ciclista donde los socios y socias de la cooperativa pudieran conocer, compartir y vivir experiencias con compañeros de profesión durante sus rutas en bicicleta”*. *“El objetivo siempre fue ir un paso más allá y fomentar una comunidad donde compartir, conectar y explorar nuevas rutas”*, asegura. En la actualidad, el Club Bidafarma ya ha lanzado diversos retos deportivos en los que los socios y socias que son miembros han podido conseguir, en caso de superarlo, diferentes incentivos deportivos.

Además, detalla que, dando respuesta a otro de los pilares del proyecto, se diseñó un espacio para la gestión de información de calidad para

que las farmacias tuvieran un *“repositorio”* de contenido sobre el deporte y la farmacia. En concreto, *“dentro de la web de Bidafarma se ha creado una ‘landing’ page donde los socios y socias pueden acceder a información sobre diferentes temáticas relacionadas con aspectos en los que la farmacia es un referente en el cuidado de la salud respecto a la práctica del deporte”*.

Y esto es solo el inicio. La gerente de marca y marketing de Bidafarma adelanta que *“mes a mes seguiremos sumando contenido de interés, y, además, iremos respondiendo a las necesidades que las farmacias nos vayan haciendo llegar”*. La idea del proyecto es ir a más, insiste, *“dando soporte en todo lo que relaciona deporte y salud, con la farmacia como nexo inequívoco de esta relación”*. Dada la importancia de la misión de la iniciativa de Bidafarma, concluye invitando a todos los profesionales de la farmacia a que puedan acceder al contenido, pero también *“a que nos puedan hacer llegar sus inquietudes o necesidades para poder hacer de Farmacias Activas una respuesta útil para las farmacias”*. +

