



La farmacia se compromete con los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas

🕒 Lectura en 4 minutos

[Inicio](#) > [Actualidad](#) > [Noticias](#) > [La farmacia se compromete con los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas](#)

05/03/2020

La Federación de Asociaciones de Farmacias de Cataluña (FEFAC) se ha propuesto promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) entre las farmacias. El pasado martes, 25 de febrero, organizó una jornada en Barcelona, con la colaboración de PIMEC, para acercar los ODS de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas a una veintena de profesionales farmacéuticos, explicar en qué consisten, cómo incorporarlos y dar a conocer un caso real de una farmacia y sus acciones, alineadas a los ODS.

Los ODS son 17 objetivos impulsados por las Naciones Unidas para el período 2015 a 2030. Surgen como evolución natural a los 8 Objetivos del Milenio fijados en el año 2000 y que han ayudado a más de 1.000 millones de personas a salir de la pobreza. Principalmente, están encaminados a poner fin a la pobreza, detener los efectos del cambio climático (proteger el planeta) y luchar contra las desigualdades y la injusticia (asegurar la prosperidad). Así lo explicó durante la sesión Rosa M^a Juny, directora de la Fundación PIMEC. “La clave está en coger los ODS como una guía para adaptar las prácticas y procesos de la empresa, de manera que contribuyan hacia un desarrollo sostenible. La responsabilidad social empresarial es el camino para llegar a los objetivos, los ODS”, aseguró la directora de la Fundación PIMEC.

Mireia Cammany, directora adjunta de EPI Industries y miembro de la Junta Directiva de PIMEC, explicó la experiencia de su propia empresa. Dado que es casi imposible trabajar los 17 ODS, aconseja poner el foco tan solo en aquellos en los que cada organización o empresa pueda incidir. En su caso, realizó una selección a partir de la misión, visión y valores de la empresa, las actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que esta lleva a cabo y la actividad o negocio de la misma. “Seleccionados los ODS, a continuación, es necesario trabajar el plan de acción para cada uno de ellos, impulsando acciones, identificando indicadores, fijando metas, retadoras pero viables para periodos a corto/medio plazo y compartiendo todas las experiencias con el mercado”, concretó Cammany. Entre las acciones que desarrollan actualmente destaca la de ofrecer alimentos de kilómetro cero en el comedor de empresa o impulsar programas de deshabituación tabáquica. Algunas acciones previstas para este ejercicio 2020 son la instalación de placas solares y la investigación dirigida a reducir el consumo de plásticos y cartón.

Impacto social de la farmacia

“Las farmacias comunitarias han colaborado desde siempre para proteger y favorecer tanto la salud como el bienestar social de las poblaciones en las que están presentes. Por este motivo, tienen mucho que aportar a la Agenda 2030, poniendo en valor el papel social y solidario de la farmacia, ya que entendemos que nos muestra como lo que realmente somos, un colectivo comprometido con los ciudadanos”. Son palabras de Antoni Torres, presidente de FEFAC, que explicó un caso real de acciones alineadas a los ODS a partir de la experiencia en su farmacia de Barcelona.

Según el presidente de FEFAC, la farmacia comunitaria puede alinearse con 10 de los 17 ODS: fin de la pobreza (1); hambre cero (2); salud y bienestar (3); educación de calidad (4); igualdad de género (5); trabajo digno y crecimiento económico (8); industria, innovación e infraestructuras (9); protección de las desigualdades (meta 10); consumo y producción responsables (12); alianza por los objetivos (17).

“El farmacéutico no es consciente, pero ya realiza muchas acciones alineadas con los ODS”, aseguró Torres. El presidente de FEFAC citó algunos ejemplos de la ‘Agenda social y sanitaria de la farmacia’ del Consejo General de Farmacéuticos, como la Alianza másnutridos, el Plan de Educación Nutricional por el Farmacéutico, la red de farmacias centinela, la colaboración con el Plan Nacional Resistencia Antibióticos, enMente, EXXITO, consigue, AdherenciaMED, CISMED, Aspira o SIGRE. Sobre el punto SIGRE, recordar que, en 15 años, la farmacia ha evitado la tala de 450.000 árboles y la emisión de 63.000 toneladas de CO2 con el punto Sigre entre 2001 y 2016.

Antoni Torres habló también sobre la importancia de llevar a cabo alianzas y acuerdos estratégicos con asociaciones, pacientes y ONG’s, así como con entidades públicas y privadas, para proyectos de RSC, citando a entidades como Farmamundi, Farmacéuticos Sin Fronteras o Banco Farmacéutico, y destacando proyectos de Responsabilidad Social Corporativa en los que puede participarse como farmacia, como ‘Frena el sol, frena el lupus’ y ‘Barcelona, ciudad cardioprotégida’, ambos impulsados desde la empresarial FEFAC.

“Todos estos elementos, sumados a que, en muchos casos, la farmacia es el único comercio en la zona, hacen de esta un agente relevante de cohesión social, ya sea en pequeños pueblos como en multitud de barrios de grandes ciudades, siendo la farmacia el único y más próximo punto de acceso a un profesional sanitario, fijando la población al territorio, frenando la despoblación e incrementando la seguridad pública”, concluyó.

Nuevas herramientas de retail

Cerró la jornada Juan Carlos Serra, creador de Farmaretail, una plataforma online para incrementar la rentabilidad de la farmacia, quien dio a conocer las últimas novedades en retail para que el cliente tenga una experiencia agradable cuando acude a la farmacia. Serra dio algunas pinceladas de cómo la farmacia debe ponerse en el lugar del cliente y, en función de ello, organizar la comunicación y la farmacia para que el cliente escoja nuestra farmacia. Una de las técnicas que más se están utilizando es el marketing sensorial que se basa en agradar a los cinco sentidos, como un aroma y música específicos para la farmacia y habló del “efecto WOW”, la capacidad de la farmacia para generar sorpresa en el cliente y que este desee volver.