

XVIII

2012

Organiza:
CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS OFICIALES DE FARMACÉUTICOS

Con la colaboración de:
COLEGIO OFICIAL DE FARMACÉUTICOS DE CANTABRIA

Congreso Nacional FARMACÉUTICO



DOSSIER REPERCUSIÓN

CANTABRIA/EL MUNDO

A LA ÚLTIMA / XVIII CONGRESO NACIONAL FARMACÉUTICO

● Más de 500 farmacéuticos se dan cita, hasta mañana, en el Palacio de Exposiciones ● La inauguración dio lugar a una cena en el Club Marítimo de Santander

Batas blancas en el Palacio de Exposiciones

PROFESION

SEMANA DEL 28 14

XVIII CONGRESO NACIONAL FARMACÉUTICO Los COF quieren que la próxima etapa de la botica sea la de la atención farmacéutica y la de los servicios

Crece la apuesta por la farmacia asistencial como salida a la crisis

de farmacia asistencial que proporcione a los COF una hoja de ruta para esa farmacia que sea cada vez más sanitaria. Además, hace ahora diez años del Plan Estratégico de Atención Farmacéutica, puesto en marcha por el Consejo General en octubre de 2002, y que ha contado en estos diez años con la colaboración de Laboratorios Cinfa. El Plan Estratégico



Celebración del XVIII Congreso Nacional Farmacéutico en Santander.

SALUD

Los expertos quieren una Farmacia asistencial con servicios profesionales

rección. "Este es un proyecto en el que la industria es al lado de la farmacia o como se ha dicho muchas veces, o es asistencial o sea". Por su parte, Albert J. well, presidente del Foro Español de Pacientes, destaca en el congreso el papel fundamental que tiene el farmacéutico en la información al paciente y la adherencia a los medicamentos



ÍNDICE

- 1.** El Congreso en cifras
- 2.** Análisis de la Repercusión en medios de comunicación
- 3.** Acciones de comunicación
 - 3.1** Antes
 - 3.2** Durante
- 4.** El Congreso en imágenes
- 5.** Comunicación on line
 - 5.1** Sala de prensa en portalfarma
 - 5.2** Twitter

1. El Congreso en cifras

- Más de **500** congresistas
- **53** ponentes nacionales e internacionales
- **8** mesas redondas y **1** de debate
- **4** sesiones técnicas y **2** presentaciones
- **105** comunicaciones científicas
- Más de **150** impactos en medios
- **47** medios de comunicación nacionales, locales y sanitarios
- Más de **30** peticiones de medios
- **11** notas de prensa
- Más de **400.000** referencias en los principales buscadores
- **10** entrevistas
- **1** rueda de prensa
- **15** entidades colaboradoras

Reconocido de **Interés Sanitario** por el Ministerio de Sanidad,
Servicios Sociales e Igualdad

Actividad acreditada con **2,3 créditos** por la Consejería de Sanidad
y Servicios Sociales del Gobierno de Cantabria

2. Repercusión en los medios

2.1 Análisis cuantitativo

El XVIII Congreso Nacional Farmacéutico ha tenido una buena repercusión tanto en prensa, como radio, televisión e Internet. Hasta la fecha, y a falta de contabilizar las revistas mensuales, se han generado más de **150 impactos directos**. Además, los medios audiovisuales realizaron también cobertura del congreso, emitiendo información y entrevistas, entre otros:

- Cadena Ser Santander
 - Onda Cero
 - Cadena Ser “La Tarde”
 - Televisión Española
 - ABC Punto Radio
 - Televisión Española “Saber Vivir”
- 

Tanto la prensa profesional como la general han reflejado en sus páginas la celebración del Congreso.

2.2 Análisis cualitativo

- Los **titulares** de la prensa general han reflejado la **delicada situación** que viven las farmacias y el problema de los impagos. Mientras la **prensa profesional** además se interesa también por la **apuesta asistencial** y los trabajos que está llevando a cabo la profesión en este sentido.
- La cobertura realizada por **radios y televisiones** nos ha permitido llegar a la **sociedad** a través de programas de gran audiencia y líderes de opinión.
- Así **Carles Francino**, de La Tarde en la Cadena Ser destacó que son malos tiempos para todos pero la **Farmacia “lo están notando de manera directa”** y **Ángel Expósito**, de Primera Plana en ABC Punto Radio, dice en relación con los impagos que los políticos se fijan en otras cuando **lo importante son “los derechos sociales o las medicinas”**.

- El ministerio de Sanidad en su nota de prensa se ofrece para construir juntos “la farmacia del futuro, una farmacia profesional y sostenible”, recogiendo así la propuesta del Consejo.
- En páginas de opinión los medios destacan el éxito del encuentro.
- Internet y las redes sociales nos están permitiendo llegar a un público más joven y promover la participación de los no asistentes al congreso.

2.3 Algunos titulares

- *La sostenibilidad y el futuro de la farmacia asistencial se debatirán en Santander en el Congreso Nacional Farmacéutico*
- *Los expertos apuestan por una Farmacia asistencial con servicios profesionales para el paciente*
- *El Ministerio firmemente comprometido con que el pago a las farmacias sea una prioridad para las CCAA*
- *Crece la apuesta por la farmacia asistencial como salida a la crisis*
- *Todos ganan con el modelo asistencial de farmacia*
- *“Las dificultades demuestran el valor de la farmacia”, Carmen Peña.*
- *Sanidad y consejerías indican que la farmacia tiene un papel fundamental para la sostenibilidad del sistema sanitario*
- *“Los farmacéuticos españoles son ejemplo de compromiso profesional”
Isabel Adenott*

3. Acciones de comunicación

3.1. Antes del Congreso

Valoración de la Repercusión

Con el fin de lograr la mayor difusión al congreso y fomentar las inscripciones se puso en marcha una campaña de publicidad en los meses previos.

Se calcula que con las acciones llevadas a cabo antes de la celebración del Congreso, el evento apareció unas **500.000 veces** y una cifra similar en Internet. Lo que significa que cada farmacéutico tuvo un mínimo de 15 oportunidades de ver un anuncio y saber que el Congreso e iba a celebrar.

Además, para incentivar la cobertura del evento se enviaron, como en otras ocasiones, invitaciones a los principales periodistas del sector, que respondieron positivamente a esta iniciativa.

Notas de prensa

Con anterioridad al Congreso se remitieron **dos notas de prensa** para ir dando a conocer las fechas y principales temas que se abordarían y generar inscripciones. El día inicio del Congreso se **convocó** a los medios de comunicación locales a la presentación oficial y se remitió nota de prensa a todos los medios nacionales y sanitarios.

Medios corporativos

Se utilizó todo el potencial de los medios corporativos para dar difusión al Congreso Nacional. Así desde el mes de enero se incluyeron informaciones en **Farmacéuticos** sobre las novedades del Congreso Nacional; una vez perfilado el programa se incluyó en páginas centrales para darle mayor repercusión.

En **portalfarma**, se fue informando puntualmente de las novedades sobre el evento; una vez definido el programa preliminar, en junio de 2012, se instauró un banner en la portada con toda la información. Además, un mes antes se

incluyó una ventana que saltaba a todos los usuarios cada vez que entraban en el portal. **Portalfarma** cuenta además con un perfil en la red social **twitter**; para dar difusión al Congreso se publicaron tuits con cada nota de prensa o novedad.

Publicidad

Existe un **acuerdo general** de colaboración con Correo Farmacéutico y Global, se han utilizado estos espacios semanales para dar difusión al Congreso.

Además, se alcanzaron **acuerdos específicos** con los principales medios sanitarios para que publicitasen el Congreso Nacional de Farmacéuticos a cambio de la asistencia al mismo:

- Correo Farmacéutico 5 inserciones a media página
- El Global 6 inserciones a media página
- Farmacia Profesional 2 inserciones a página completa
- El Farmacéutico 2 inserciones a página completa
- imFarmacias 4 inserciones a media página

Además se incluyeron banners en elglobal.net, correofarmaceutico.com, dmfarmacia.com e imfarmacias.com.

Acciones con Colegios

Como se ha hecho en otras ocasiones, con el fin de aprovechar los medios colegiales, se les remitió el cartel, el programa preliminar y la dirección web del Congreso Nacional tanto de forma institucional a los colegios como a sus departamentos/agencias de comunicación con el ruego de su difusión, bien a través de las revistas colegiales o sus páginas web. En general, los colegios han dado una **difusión moderada** del evento.

3.2. Durante del Congreso

Notas de prensa y Convocatorias

Se enviaron **ocho notas de prensa** sobre la mayoría de las mesas celebradas y se **convocó** a los medios locales con ocasión de la **inauguración y clausura** del Congreso Nacional, con una gran acogida, a la clausura asistieron más de 15 medios.

Medios corporativos

Durante la celebración del Congreso Nacional la **sala de prensa** de Portalfarma fue actualizada puntualmente, incluyendo simultáneamente las **notas de prensa** que se remitían a los medios; publicando las **imágenes** más destacadas con gran agilidad y activando las **ponencias** de las que se disponían en cada momento, las cuales fueron completadas al día siguiente.

Además, se utilizó **twitter** para ir destacando los principales mensajes de cada una de las actividades llevadas a cabo, con más de 1.000 tuits emitidos.

In situ se fue recogiendo información para publicar en **Farmacéuticos** con posterioridad el especial sobre el Congreso Nacional Farmacéutico.

Atención a medios in situ

Además de los **periodistas acreditados** como congresistas (25) hay que destacar la amplia cobertura de los **medios provinciales**, que en diferentes momentos acudieron al congreso para recoger información sobre lo que allí acontecía.

Durante la celebración del Congreso fueron más de **30 las peticiones de medios** atendidas. En gran parte se trataba de solicitudes de entrevistas de los medios audiovisuales, así se pueden destacar las concedidas por la presidenta del Consejo General a la Cadena Ser, la de Isabelle Adenott en Televisión Española o la secretaria del Consejo General en Televisión Española.

El Congreso en imágenes

Acto inauguración



Conferencia inaugural



Acto clausura



Rueda de prensa presentación



Mesas Redondas

Farmacia y Nuevas Tecnologías



Colegiación e interés público



Farmacia Profesional, farmacia asistencial



<p>Sostenibilidad de la Prestación Farmacéutica</p> 	<p>El medicamento en sus diversos ámbitos</p> 	<p>Diferentes facetas en Farmacia (I)</p> 
<p>Diferentes facetas en Farmacia (II)</p> 	<p>Situación actual de crisis y Farmacia</p> 	<p>Gobernanza del SNS</p> 

o **Sesiones Técnicas y Presentaciones**

<p>Portalfarma 2.0</p> 	<p>Los nuevos anticoagulantes orales</p> 	<p>Senescencia energética</p> 
<p>Bot PLUS 2.0</p> 	<p>Presentación: 10 años del Plan Estratégico de AF</p> 	<p>Presentación: Foro de AF en FC</p> 

o Premios



o Asistencia



3. Comunicación on line

Sala de prensa portalfarma

Como viene siendo habitual la sala de prensa de portalfarma es la principal fuente de información para conocer con la mayor inmediatez posible lo que ha acontecido en el XVIII Congreso Nacional Farmacéutico.

En este espacio se fueron incluyendo las fotos del evento, así como las notas de prensa que se remitían a los medios y las ponencias disponibles según se iban produciendo.



Twitter- portalfarma

El XVIII Congreso Nacional Farmacéutico se ha difundido ampliamente a través de la red social de Twitter: contenidos del encuentro, imágenes, ponencias, así como los principales mensajes de interés profesional.

Principales indicadores

- Más de 1.000 tuits emitidos entorno al Congreso Nacional Farmacéutico.
- Cerca de 150 cuentas en twitter han participado en el debate.
- Creación de la etiqueta #18CNF para seguir el evento.



Entidades Colaboradoras

