

Respeto Pasión Esfuerzo Alegría Compromiso Responsabilidad Confianza Humildad Cordialidad Adaptabilidad Escuchar Talento Dinamismo Ilusión Accesibilidad Servicio Compañerismo

anefp

# Índice

## 3 Mensaje del presidente

## 5 Informe del director general

- 6 Medicamentos de autocuidado
  - Reconocimiento proceso Sello anefp
  - Guías
  - Prescripción electrónica
- 12 Productos sanitarios de autocuidado
- 14 Medicamentos homeopáticos
- 14 Medicamentos a base de plantas
- 15 Cosméticos
- 16 Complementos alimenticios
- 17 Observatorio de Comunicación y Salud

## 18 Iniciativas anefp

- 19 **anefp**, en el entorno *on line*
- 20 COCOS Day

## 21 Actividad anefp

- 22 Comités de trabajo
- 40 Aula de Formación
- 43 **anefp** al día

## 45 El mercado del autocuidado en cifras

## 48 anefp en los medios de comunicación

## 51 Hoja de ruta anefp 2015

## 53 Órganos directivos

- Consejo Directivo
- Comisión Permanente
- AESGP
- Organización Ejecutiva

## 57 Compañías asociadas

## 62 Empresas adheridas



## Mensaje del presidente

Si tuviera que definir con una palabra el ejercicio 2014 que analizamos en esta memoria anual de **anefp**, sin duda, ésta sería consolidación.

En primer lugar, la consolidación de los medicamentos y productos de autocuidado como dinamizadores e impulsores del mercado farmacéutico total. La tendencia de crecimiento de este sector, iniciada en 2013, continuó a lo largo de todo el ejercicio 2014, que cerró con aumentos, tanto en valores como en unidades, y con una cifra global del mercado *consumer health* por encima de los 5.000 millones de euros y los 500 millones de unidades.

El sector de autocuidado ha pasado a ponerse al frente del desarrollo del mercado farmacéutico, y fue,

en algunos períodos del pasado ejercicio, el único ámbito en crecimiento de todo el sector.

Consolidación también del Sello **anefp** que, si bien inició su andadura en la segunda mitad de 2013, ha sido en 2014 cuando este aval de calidad se afianzó, tal y como ponen de manifiesto los más de 1.000 sellos **anefp** otorgados por el Comité Técnico de Autorregulación de la asociación (COTA), así como la falta de incidentes en el proceso de concesión de los mismos, algo que ha contribuido a hacer posible el reconocimiento del proceso Sello **anefp** por parte del Ministerio de Sanidad en el mes de diciembre.

En algo más de un año, la industria de autocuidado ha pasado de

someter la publicidad de sus medicamentos sin receta al Control Previo Sanitario a disponer de un sistema de autorregulación, que facilita y agiliza la comunicación de las compañías con el ciudadano. Todos nos debemos felicitar por este éxito, que ha sido posible gracias al liderazgo ejercido por **anefp** y a la responsabilidad y el compromiso de las compañías asociadas.

Consolidación también del entorno digital como uno de los ámbitos de referencia de la asociación para los próximos ejercicios. Iniciábamos 2014 con un renovado *site* corporativo, donde el ciudadano es el gran protagonista y donde el asociado dispone de un canal adicional de servicio por parte de la asociación, y terminamos el año con una Guía de

“ Consolidación de los medicamentos y productos de autocuidado como dinamizadores e impulsores del mercado farmacéutico total ”

buenas prácticas para la comunicación digital de medicamentos sin receta cada vez más cerca de ser una realidad, una realidad que será pionera en el mundo, y que dará respuesta a las inquietudes y a las necesidades de las compañías en relación con la presencia *on line* de sus marcas, facilitando la conversación de nuestras marcas con el ciudadano.

Otras guías, como la de publicidad de productos sanitarios, la de *switch* y la de *packaging*, han ocupado también los esfuerzos de **anefp** durante 2014.

Consolidación sería también la palabra que utilizaría para referirme a las relaciones de **anefp** con sus *stakeholders*, puestas de manifiesto a través de la presencia de nuestra asociación en los principales foros y escenarios sanitarios como referente de autocuidado. Con ellos, con los distintos profesionales sanitarios, trabajamos en la implementación del nomenclátor que incluye los medicamentos sin receta; también en el valor de los medicamentos y productos de autocuidado para la mejor salud de las farmacias y, por supuesto, en transmitir la importancia de la prescripción enfermera de nuestros productos, sin olvidar la venta *on line* de medicamentos sin receta, que será una realidad en la segunda mitad de 2015.

No olvidamos a la administración sanitaria, con la que mantenemos una línea de diálogo y colaboración que ha hecho posible, entre otras acciones relevantes, el reconocimiento del proceso Sello **anefp**.

La autorregulación publicitaria de los productos sanitarios de autocuidado, el IVA de los mismos, el documento de preguntas y respuestas de complementos alimenticios, o la tramitación de distintas normativas que afectan a nuestro sector han sido otros temas que sirven de ejemplo para mostrar la colaboración entre la administración y **anefp**, su interlocutora en autocuidado.

También queremos hablar de consolidación al referirnos a los once comités de trabajo de **anefp**: MENOSREME, CRINS, COAL, COPLANT, MEDHOME, CAC, COMARK, COCOS, COCOR, NUTECOM y PROSA, representantes de cada uno de los ámbitos de actuación de la asociación cuyos miembros han liderado proyectos y actividades de éxito como, por poner solo un ejemplo, la jornada de dermofarmacia, denominada COCOS Day, o las guías de buenas prácticas en comunicación digital, de *switch* y de *packaging*.

Y consolidación también en el Área de Formación de **anefp**, cuya seña de identidad, las aulas de formación, ha contado ya con la participación de más de trescientos asociados en las trece jornadas desarrolladas desde su puesta en marcha en 2013.

En definitiva, hablamos hoy de la consolidación de un proyecto, el de la **anefp** actual, que está trabajando y poniendo todos sus esfuerzos en ofrecer a las compañías de autocuidado el mejor escenario en el que puedan desarrollar sus medicamentos y sus productos y donde sus marcas se conviertan en referencia del ciudadano para su autocuidado.

“**anefp** pone todos sus esfuerzos en ofrecer a las compañías de autocuidado el mejor escenario en el que puedan desarrollar sus medicamentos y sus productos”



Jordi Ramentol  
Presidente de **anefp**



# Informe del director general

Jaume Pey

El mantenimiento del crecimiento de todos los segmentos del mercado *consumer health* a lo largo del ejercicio 2014 ha contribuido a fortalecer y a hacer más robusto el sector de autocuidado en España.

Sin duda, a ello han contribuido la recuperación económica, aún incipiente, la apuesta de las compañías por este mercado con garantía de futuro y con muchas posibilidades de presente, y también la implicación, cada vez mayor, de los *stakeholders* sanitarios.

A todo ello se suman las acciones y actividades impulsadas y desarrolladas por la asociación en este ejercicio, y que han permitido la consecución de logros y objetivos tan importantes como el reconocimiento del proceso Sello **anefp** por parte de la administración sanitaria, a través del convenio de colaboración suscrito entre el Ministerio de Sanidad, **anefp** y Autocontrol el pasado mes de diciembre. Un ejemplo más de la colaboración y el diálogo que mantenemos con las autoridades sanitarias.

En el mismo camino de convertirse en herramientas imprescindibles para hacer posible el mayor desarrollo de este sector, las guías de cambio de estatus, etiquetado, publicidad de productos sanitarios, o de buenas prácticas en la comunicación digital de medicamentos sin receta, en las que **anefp** ha comenzado a trabajar en este ejercicio y que se convertirán en referentes, no solo para las compañías de autocuidado, sino también para todos los agentes implicados en nuestro sector.

La prescripción electrónica de los medicamentos de autocuidado, el control de la publicidad y el cambio de IVA de los productos sanitarios, así como los proyectos puestos en marcha por los once comités de trabajo de **anefp** o las aulas de formación de la asociación han sido también grandes ejes de la actividad de **anefp** en el ejercicio que ahora cerramos y cuya memoria de actividades presentamos a continuación.

“Las acciones y actividades impulsadas por anefp han permitido la consecución de logros y objetivos tan importantes como el reconocimiento del proceso Sello anefp por parte de la administración sanitaria”

# Medicamentos de autocuidado

## Reconocimiento proceso Sello anefp

En el mes de noviembre se firmó el convenio de colaboración entre el Ministerio de Sanidad, **anefp** y Autocontrol, para el reconocimiento del proceso Sello **anefp**, cumpliéndose así uno de los objetivos prioritarios de la asociación.

Dicho convenio fue firmado por el director general de Cartera Básica de Servicios del Sistema Nacional de Salud del Ministerio de Sanidad, **Agustín Rivero**; por el presidente de **anefp**, **Jordi Ramentol**; y por la presidenta de Autocontrol, **Almudena Román**.

En el convenio queda recogido el reconocimiento al rol del Comité Técnico de Autorregulación de **anefp**, COTA, así como la participación del Ministerio de Sanidad en el mismo.



# Sello anefp

ESTADÍSTICA GLOBAL 2014

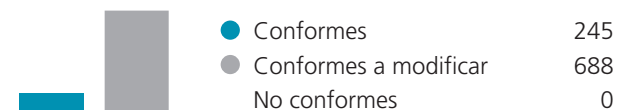
Medicamentos sin receta y productos sanitarios

## PROYECTOS PRESENTADOS

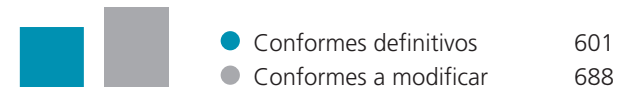
Apps móviles	4	0,4%
Spot / Campaña con spot / Vídeo con audio	149	16,0%
Página web	40	4,3%
Campaña sin TV (+ 2 piezas)	9	1,0%
Prensa	67	7,2%
Micro-site / Estructura web	4	0,4%
Patrocinio televisión	13	1,4%
Cuña radio	12	1,3%
Otros materiales impresos	68	7,3%
Puntos de venta	451	48,3%
Publicidad exterior	11	1,2%
Banner	94	10,1%
Publicidad de recuerdo	4	0,4%
Redes sociales / Blogs	7	0,8%

**TOTAL 933 100%**

### Resultados de la evaluación de los proyectos presentados



### Evolución conformes a modificar



### Resultados de la evaluación de los proyectos presentados



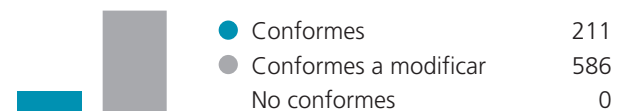
# Sello anefp

ESTADÍSTICA GLOBAL 2014  
Medicamentos sin receta

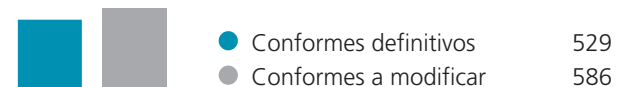
## PROYECTOS PRESENTADOS

Apps móviles	4	0,5%
Spot / Campaña con spot / Vídeo con audio	134	16,8%
Página web	34	4,3%
Campaña sin TV (+ 2 piezas)	8	1,0%
Prensa	67	8,4%
Micro-site / Estructura web	3	0,4%
Patrocinio televisión	13	1,6%
Cuña radio	11	1,4%
Otros materiales impresos	41	5,1%
Puntos de venta	374	46,9%
Publicidad exterior	11	1,4%
Banner	86	10,8%
Publicidad de recuerdo	4	0,5%
Redes sociales / Blogs	7	0,9%
<b>TOTAL</b>	<b>797</b>	<b>100%</b>

### Resultados de la evaluación de los proyectos presentados



### Evolución conformes a modificar



### Resultados de la evaluación de los proyectos presentados





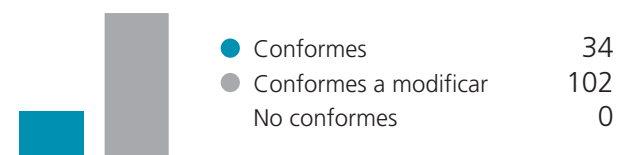
# Sello anefp

## ESTADÍSTICA GLOBAL 2014 Productos sanitarios

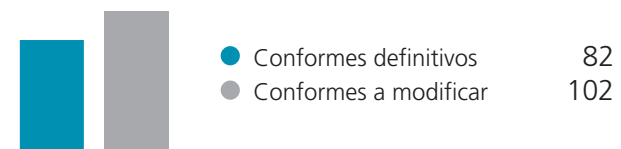
### PROYECTOS PRESENTADOS

Apps móviles	0	0,0%
Spot / Campaña con spot / Vídeo con audio	15	11,0%
Página web	6	4,4%
Campaña sin TV (+ 2 piezas)	1	0,7%
Prensa	0	0,0%
Micro-site / Estructura web	1	0,7%
Patrocinio televisión	0	0,0%
Cuña radio	1	0,7%
Otros materiales impresos	27	19,9%
Puntos de venta	77	56,6%
Publicidad exterior	0	0,0%
Banner	8	5,9%
Publicidad de recuerdo	0	0,0%
Redes sociales / Blogs	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

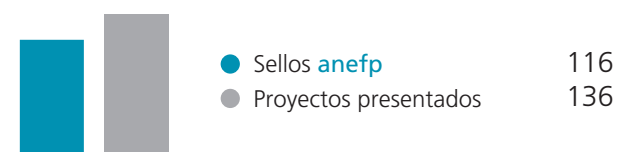
### Resultados de la evaluación de los proyectos presentados



### Evolución conformes a modificar



### Resultados de la evaluación de los proyectos presentados



# Medicamentos de autocuidado

## Guías

### Documento de *switch*

Con el fin de cumplir con el objetivo de **anefp** de desarrollar el mercado de los medicamentos no sujetos a prescripción, y apoyados en la globalidad de este fin, el Comité de Medicamentos sin receta de la asociación (MENOSREME) ha elaborado un documento de *switch*, en fase de consenso por parte de las compañías asociadas a **anefp**, y que próximamente se presentará a la administración sanitaria, que tiene como objetivo ayudar a la toma de decisiones en el cambio de estatus de medicamentos de prescripción a no prescripción por las autoridades sanitarias.

En el documento se presentan propuestas concretas sobre las condiciones y exigencias por las que el cambio de prescripción a no prescripción sería aceptable por las autoridades sanitarias, planteando el procedimiento a seguir en los distintos escenarios identificados, así como las propuestas de indicaciones terapéuticas que la industria asociada a **anefp** considera que podrían integrarse en el sector de autocuidado, por existir ya en otros países del entorno europeo.

En el documento se incluye también una revisión de las composiciones que, no existiendo aún en España en el estatus de no prescripción, existen en otros países de la UE para las indicaciones propuestas.

### Guía para el diseño de los envases de los medicamentos sin receta

Ante las dificultades para la admisión de determinados dibujos, símbolos, colores e informaciones en los envases de los medicamentos no sujetos a receta médica, el Comité de Medicamentos sin receta de **anefp** ha elaborado

una propuesta de guía para el diseño de los envases de los medicamentos sin receta, en la que también se han incluido aportaciones del Comité de Marketing de la asociación, y a petición de la AEMPS.

La finalidad de esta guía, que actualmente se encuentra en fase de estudio por parte de la AEMPS, es proporcionar unas directrices claras y establecer unos criterios prácticos sobre los principios y requisitos, así como también las limitaciones para el diseño de los envases de los medicamentos no sujetos a prescripción, de forma que se convierta en una herramienta útil, tanto para la AEMPS, en la evaluación de los mismos, como para las compañías, en su solicitud.

Esta guía incluye ejemplos para la mejor comprensión de los criterios, así como una revisión internacional de los envases que actualmente se autorizan en otros países de la UE.

El objetivo es que el contenido del envase, tanto en texto como en imágenes, facilite la adecuada identificación y conocimiento del medicamento por el ciudadano, y que la incorporación de elementos gráficos en el mismo (símbolos y otros motivos gráficos), ayuden a su comprensión y faciliten información adicional, tanto al profesional sanitario para la dispensación del medicamento, como al ciudadano para la interpretación de determinadas menciones necesarias para el correcto uso.



# Medicamentos de autocuidado

## Prescripción electrónica

A lo largo de 2014, **anefp**, a través de su Comité de Relaciones Institucionales y con la colaboración del equipo directivo de la asociación, ha mantenido reuniones con las administraciones sanitarias nacional y autonómicas para impulsar la inclusión de los medicamentos no sujetos a prescripción médica o de autocuidado en las bases de datos de receta electrónica, así como su prescripción por marca.

Como primer logro está la inclusión de los medicamentos de autocuidado, tanto en el Módulo de Gestión del Nomenclátor Alcántara como en el Nomenclátor Maestro. Por lo que respecta a las comunidades autónomas, existe una predisposición positiva a la

inclusión de estos medicamentos, así como de su precio actualizado. En este sentido, **anefp** ha trabajado con el Ministerio de Sanidad y el Consejo General de Farmacéuticos para avanzar en este tema.

En el mes de diciembre, Cataluña puso en marcha su sistema de prescripción electrónica de medicamentos de autocuidado, contando ya con más de 1.000 prescripciones electrónicas de medicamentos no financiados dispensados en las oficinas de farmacia, siendo la primera comunidad autónoma de la que se disponen datos.

País Vasco Aragón La Rioja  
**Cantabria** Castilla y León **Valencia**  
Andalucía Canarias Galicia Castilla La Mancha  
**Extremadura** Ceuta Asturias  
Murcia Melilla Navarra **Cataluña**

# Productos sanitarios de autocuidado

## Publicidad

La publicación, a finales del mes de marzo, de la Ley 3/2014, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, ha marcado la actividad de [anefp](#) en materia de productos sanitarios de autocuidado en el ejercicio 2014.

A solicitud de la AEMPS, la ley recoge una disposición final novena que restablece el Control Previo Sanitario para la publicidad al público de productos sanitarios, si bien se reconoce la necesidad de flexibilizar el proceso, para lo que la disposición final sexta establece un período de un año y para lo que la AEMPS solicitó la cooperación de [anefp](#).



El objetivo de la AEMPS es publicar unos criterios comunes a aplicar por las autoridades competentes de las comunidades autónomas responsables de la evaluación de la publicidad al público de productos sanitarios, así como establecer una lista de grupos de productos sanitarios que, por su naturaleza y bajo impacto en la salud, puedan ser promocionados sin necesidad de someter sus proyectos publicitarios a un control administrativo a priori.

LA AEMPS ha trabajado con la industria intensamente para elaborar dicho listado, cuyos productos se someterán al régimen de declaración responsable. [anefp](#), que ha participado en las reuniones para elaborar el documento con los criterios de evaluación y el listado, ha propuesto aspectos a tener en cuenta en la valoración de los anuncios, ofreciendo los contenidos de la guía de [anefp](#) para la difusión de publicidad al público de productos sanitarios como material de apoyo, y solicitando la simplificación de la expresión de los efectos adversos y contraindicaciones en la publicidad mediante su sustitución por una pantalla verde (banda verde para los anuncios en medios digitales), en la que se inste a leer las instrucciones y etiquetado del producto antes de utilizarlo, principalmente. En el mes de diciembre se acordó la versión final del documento, a la espera de encontrar la oportunidad legislativa para ser publicado.

Las autoridades en materia de productos sanitarios consideran y consultan a [anefp](#) en los aspectos de la actividad reglamentaria de este sector. Prueba de ello es la segunda visita a [anefp](#) de M<sup>a</sup> Carmen Abad, jefe del Departamento de Productos Sanitarios de la AEMPS, quien participó en la reunión del Comité de Productos Sanitarios de la asociación (PROSA), celebrada en diciembre.

# Productos sanitarios de autocuidado

## IVA de los productos sanitarios

Otra muestra de la fluida relación de las autoridades sanitarias con **anefp** es el diálogo mantenido con la Dirección General de Tributos del Ministerio de Hacienda con motivo de la publicación de la Ley 28/2014, por la que se modifica el IVA de los productos sanitarios. La redacción dada por la ley a las excepciones a la aplicación del IVA general para los productos sanitarios resulta poco concreta y ha generado multitud de dudas en el sector, representado ya por más de 50.000 referencias, según datos de HMR.

La Dirección General de **anefp** ha estado en contacto permanente con **Begoña Hernando**, directora general de Tributos del Ministerio de Hacienda, cuyo departamento ha revisado las consultas remitidas por **anefp**, respondiendo a ellas con el propósito de clarificar el IVA aplicable a grupos de productos de autocuidado.

La actividad de **anefp** en productos sanitarios también se ha desarrollado en el ámbito europeo, donde ha asistido a numerosas reuniones en el Parlamento Europeo y con representantes del Consejo de Estados miembros para discutir y defender la posición de la industria del autocuidado ante la tramitación de la propuesta de reglamento de productos sanitarios, que comenzó en septiembre de 2012 y que ahora parece estar llegando a su última fase de revisión.

En el mes de marzo, **anefp** mantuvo una entrevista con **Francisco Sevilla**, representante de España en el Comité de Representantes Permanentes (COREPER) del Consejo de la UE, para discutir la posición de España a la redacción de la regla 21 de anexo VII de la propuesta de reglamento.

En paralelo, y ya a nivel nacional, **anefp** ha estado en continuo contacto con la AEMPS para transmitir a las autoridades la inquietud ante la probable sobreclasificación de los productos sanitarios de autocuidado, que considera desproporcionada dada la naturaleza y bajo riesgo de los productos, y que puede incidir de forma muy negativa en el crecimiento de un sector que representa, sin duda, uno de los motores del crecimiento del autocuidado en los últimos años.



# Medicamentos homeopáticos

A lo largo de 2014 la actividad de **anefp** en relación con el ámbito de los medicamentos homeopáticos ha estado referida a la defensa de un marco estable para los medicamentos homeopáticos y al seguimiento de la tramitación del proyecto de orden ministerial para adecuar la comercialización de los medicamentos homeopáticos al Real Decreto 1345/2007, de autorización, registro y condiciones de dispensación de medicamentos de uso humano, y al que la asociación presentó sus alegaciones en diciembre de 2013.



# Medicamentos a base de plantas

**anefp** ha mantenido en 2014 la colaboración con la AEMPS para fomentar el impulso del sector de medicamentos a base de plantas, posibilitando la incorporación de las propiedades farmacológicas en las fichas técnicas de los medicamentos tradicionales a base de plantas como información relevante para el profesional sanitario.

Asimismo, se está trabajando en un informe que recoja la evolución de las indicaciones y la población destinataria a lo largo de los últimos años, aprovechando la revisión quinquenal de las monografías comunitarias.

# Cosméticos

**Jornada anefp  
sobre  
dermofarmacia**

Por una dermocosmética  
innovadora  
al servicio de la farmacia

**COCOS Day**  
anefp Autocuidado de la Salud  
27 de noviembre de 2014

**anefp**  
Autocuidado  
de la Salud

## COCOS Day

La conexión entre la marca, el farmacéutico y el cliente de dermocosmética fue la idea sobre la que giró la I **Jornada de Dermocosmética** organizada por **anefp** y conocida como **COCOS Day**. Más de 100 asistentes de la industria, de las principales instituciones farmacéuticas y autoridades tuvieron la oportunidad de conocer distintos casos de éxito de farmacias que han apostado por el consejo en dermocosmética, ofreciendo productos innovadores.

Con esa iniciativa, **anefp** ha dado un paso adelante en su posicionamiento como institución de referencia en la cosmética farmacéutica.



## Dermoactiva tu farmacia

En relación con este tema, **anefp**, a través de su Comité de Cosméticos (COCOS), ha trabajado en la puesta en marcha de un curso de formación para las farmacias interesadas en desarrollar la dermocosmética como pilar de su farmacia.

Bajo el lema “**Dermoactiva tu farmacia**”, se ha elaborado un programa formativo en el que se analizarán las principales categorías de dermo que se dispensan en la farmacias, conociendo las patologías o situaciones para las que se pueden aplicar los productos, aprendiendo a venderlos de forma efectiva, con argumentos y preguntas, y practicando la motivación de los equipos. Se obtendrán datos de venta de los productos en las farmacias participantes antes y después de finalizar el curso, y se compararán los resultados. Está previsto que la primera fase del curso comience en Madrid en el segundo semestre de 2015.

## Comercialización

A través del grupo de trabajo de asuntos reglamentarios, el Comité de Cosméticos ha preparado un documento de preguntas y respuestas sobre la comercialización de productos cosméticos, en el que se han recogido las cuestiones que, de forma habitual, surgen a las compañías en relación con la composición, obligaciones de los agentes económicos, inspección, exportaciones, publicidad y prácticas comerciales permitidas con cosméticos. El documento será presentado próximamente y compartido con las autoridades sanitarias.

# Complementos alimenticios

## Utilización del óxido de hierro irradiado como aditivo alimentario

En abril de 2014, ante la evidencia de que algunos complementos alimenticios habían incorporado el óxido de hierro irradiado como aditivo con fines colorantes, la Comisión Europea, con la colaboración activa de la Asociación Europea de la Industria de Autocuidado (AESGP) y de las asociaciones nacionales, entre ellas **anefp**, puso en conocimiento de los operadores del sector alimentario las medidas que se debían tomar a nivel nacional con la ayuda de las autoridades nacionales.

A pesar de que el uso de aditivos irradiados no está permitido en el sector alimentario, se tuvo en cuenta la opinión de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) sobre el bajo riesgo asociado a su uso en complementos alimenticios, por lo que la Comisión Europea optó por aplicar unas medidas proporcionadas, instando a los operadores a dejar de utilizarlo en el futuro y evitar la liberación de nuevos lotes que incorporaran el citado aditivo, sin proceder a la retirada de los productos que estaban en el mercado.

El diálogo y la colaboración han sido permanentes entre la Agencia Española de Consumo y Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y **anefp**, lo que permitió que se minimizaran los efectos derivados de estas medidas, consiguiendo una solución a nivel global en el mes de julio.



## Documento de preguntas y respuestas de complementos alimenticios

El Comité de Alimentos de **anefp** ha realizado una extensa recopilación de preguntas y respuestas, información que ha plasmado en un documento que recoge diferentes secciones como composición, etiquetado, aditivos, *claims*, prácticas comerciales, *novel food*, etc.

Este documento, que se mantendrá actualizado, se ha compartido con las autoridades autonómicas y con la AESAN y servirá de base para el debate de aspectos concretos de interés para las compañías asociadas a **anefp**, como las declaraciones de belleza, las comunicaciones a profesionales o los etiquetados multilingües.



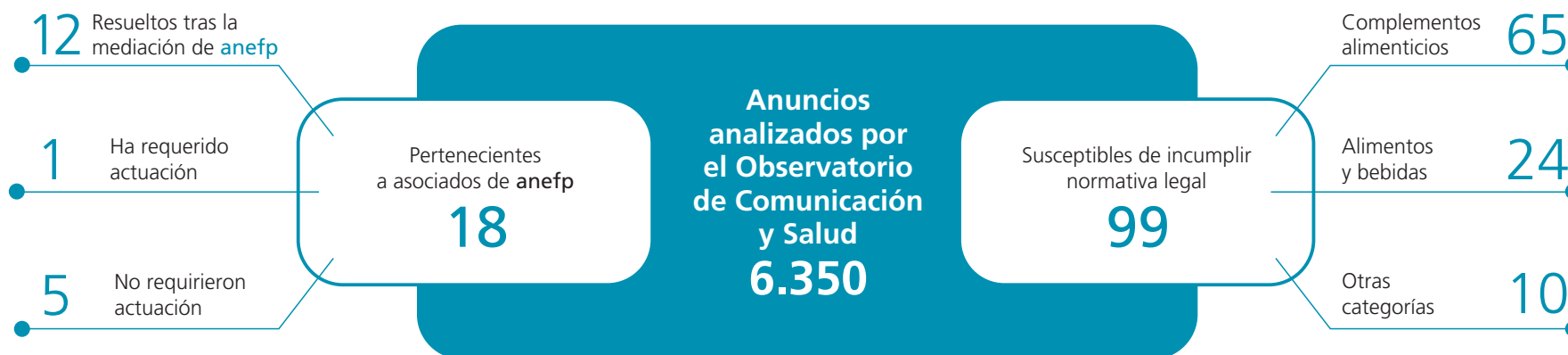
# Observatorio de Comunicación y Salud

El Observatorio de Comunicación y Salud, creado en 2011 por la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) y **anefp**, ha continuado en 2014 realizando el seguimiento y análisis de la publicidad de los productos que, no siendo medicamentos, se atribuyen efectos sobre la salud, con el fin de determinar su adecuación o no al marco normativo vigente.

En el ejercicio 2014 se han analizado un total de 6.350 anuncios, publicados o emitidos en soportes como radio, televisión, prensa, exterior e internet.

De todos estos anuncios, un total de 99 fueron identificados como publicidad con alegaciones de salud. Por tipología de producto, 65 correspondieron a complementos alimenticios, 24 a alimentos y bebidas, y 10 a otras categorías.

De los 99 anuncios, un total de 81 pertenecen a empresas no asociadas a **anefp** y 18 a compañías miembros de la asociación. En 5 de estos casos no fue necesaria la mediación y en 12 la mediación de **anefp** tuvo como consecuencia la promesa de cese o rectificación.





# Iniciativas anefp



anefp, en el entorno *on line*



COCOS Day

# anefp, en el entorno *on line*

El lanzamiento del nuevo site corporativo de **anefp** en el mes de febrero marcó el inicio de la actividad de la asociación en relación con el entorno *on line* a lo largo de 2014. A esta iniciativa se sumaron después la realización y presentación del primer Índice de digitalización de la industria de autocuidado, proyecto impulsado desde el Comité de Nuevas Tecnologías de la Comunicación (NUTECOM), al igual que la Guía de buenas prácticas para la comunicación digital de medicamentos sin receta, en la que la asociación continúa trabajando.

## Web anefp

Un canal más de servicio al asociado y un referente en información sobre autocuidado para el ciudadano. Con estos dos objetivos se presentaba el 28 de enero ante los medios de comunicación la nueva página web de **anefp**, un *site* dinámico, actual y con un alto grado de usabilidad, desde el que se pone en valor el autocuidado.



Iniciativas anefp

2014 Autocuidado de la Salud  
Memoria anual



## Índice de digitalización de las compañías de autocuidado

**anefp** realizó en 2014 la primera fotografía "digital" del sector de autocuidado, a través de una encuesta que permitió conocer el índice de digitalización de las compañías asociadas a **anefp** y el uso que realizan de las herramientas tecnológicas.

A través de una infografía, diseñada por Saatchi & Saatchi Health, se señaló a Facebook, Twitter y Youtube como las redes sociales preferidas por la industria de autocuidado para la comunicación y el diálogo con el ciudadano, así como para la promoción de sus marcas.

Respecto a los canales preferidos para la puesta en marcha de acciones digitales, los sitios web se sitúan en primer lugar, seguidos por las redes sociales, la publicidad *on line* y las aplicaciones móviles.

## Guía de buenas prácticas para la comunicación digital de medicamentos sin receta

El interés de las compañías de autocuidado por estar presentes en el entorno digital ha llevado a **anefp**, a través de su Comité de Nuevas Tecnologías (NUTECOM), a trabajar en el desarrollo de una Guía de buenas prácticas para la comunicación digital de medicamentos sin receta, en colaboración con IAB.

A lo largo de 2014 se definió la estructura de la guía, se aprobó la imagen gráfica que servirá para la realización de todos los ejemplos que acompañarán a esta guía y que están siendo desarrollados por la Asociación Española de Agencias de Publicidad de Salud (AEAPS), y se procedió al desarrollo del contenido de cada uno de los capítulos, por parte del Departamento Técnico de **anefp**, contenido que está siendo valorado por los asesores legales de la asociación. Posteriormente esta guía será presentada a las autoridades sanitarias para su validación.

# COCOS Day

Por una cosmética innovadora al servicio de la farmacia

Con el objetivo de convertirse en un foro abierto a la reflexión, el conocimiento y el intercambio de experiencias para las compañías farmacéuticas que operan en el sector de la dermocosmética, **anefp** puso en marcha, a propuesta de su Comité de Cosméticos (COCOS), la jornada "**Por una cosmética innovadora al servicio de la farmacia**", bautizada como COCOS Day, y que congregó a más de cien profesionales de la industria de autocuidado, instituciones y administración sanitaria.

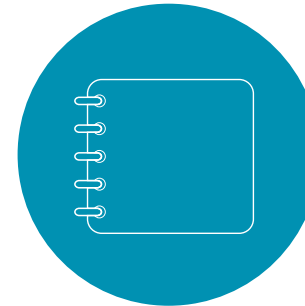
El uso de *claims* en dermocosmética (directrices de aplicación del Reglamento UE/655/2013); la formación comercial del farmacéutico como clave para el diálogo con el cliente de dermocosmética; la innovación en productos e ingredientes como sello de identidad en la dermofarmacia; las tendencias y los retos y servicios para fidelizar a los clientes en la farmacia; y los nuevos modelos de colaboración entre la industria de dermocosmética y la oficina de farmacia fueron algunos de los temas que se abordaron en esta jornada, en la que se recordó el compromiso de la industria con la puesta en el mercado de productos dermocosméticos innovadores y de calidad que aporten a la farmacia un valor añadido.



# Actividad anefp



Comités de trabajo



Aula de Formación



anefp al día





CAC

## Comités de trabajo Comité Asesor Comercial



**Miembros:** 57

### **Presidente**

Felipe Hortelano

*Director general  
ANGELINI FARMACÉUTICA*

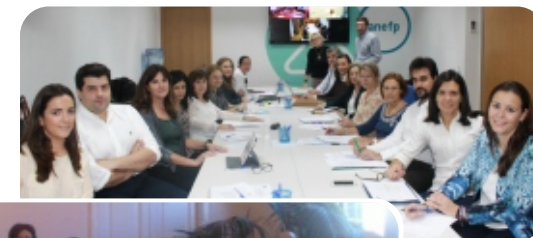
### Actividades realizadas en 2014

- Coordinación de la información entre miembros para la realización de la séptima edición del informe de grupos de compra de oficinas de farmacia.
- Información sobre el proyecto EVAFARM: crecimiento del segmento autocuidado en las farmacias.
- Información sobre la colaboración entre el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (COFM) y **anefp** para la puesta en marcha del portal del COFM para la venta *on line* de medicamentos sin receta.



COAL

## Comités de trabajo Comité de Alimentos



**Miembros: 78**

**Presidente**

José Carlos Quintela

Director científico  
NATAC BIOTECH

### Actividades realizadas en 2014

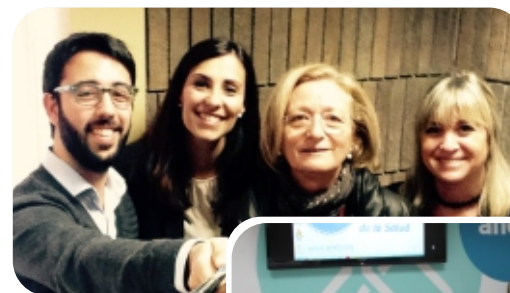
- Reuniones con administración central y autonómica para conocer y debatir los criterios aplicables en cuestiones dudosas que afectan al etiquetado y publicidad de los complementos alimenticios (*claims* de belleza, comunicaciones a profesionales, declaraciones pendientes de las especies botánicas, comercialización efectiva de los productos, sugerencia al consumidor de optar por el asesoramiento del profesional, etc.).
- Elaboración de un documento de preguntas y respuestas sobre complementos alimenticios, en el que se incorporan secciones sobre etiquetado, *claims*, aditivos, comunicaciones comerciales, publicidad y *novel food*, entre otros. El documento se ha compartido con las autoridades.
- Análisis del Reglamento 1169/2011 sobre información alimentaria facilitada al consumidor, que ha supuesto la modificación de aspectos relevantes en el etiquetado de los alimentos: sustitución del término CDR por IR, indicación de los alérgenos presentes en el alimento, utilización de un tamaño mínimo de letra para la información obligatoria, especificación del lugar de origen en algunos tipos de alimentos.
- Recopilación y remisión a la AECOSAN de la justificación de seguridad y fuentes habituales de consumo de determinadas sustancias a estudiar por el Comité Científico de cara a su incorporación en el anexo del RD 1487/2009 sobre complementos alimenticios.
- Recopilación de los aditivos utilizados en complementos alimenticios, en colaboración con la AESGP, como justificación de uso en el mercado español para el mantenimiento en las listas de aditivos admitidos por la Comisión Europea.





## Comités de trabajo

# Comité de Comunicación y RRPP



**Miembros:** 27

### Presidenta

Carlota Gómez

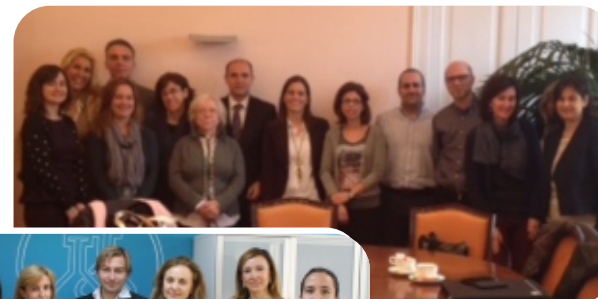
Directora de Comunicación  
BAYER

### Actividades realizadas en 2014

- Desarrollo del argumentario del autocuidado de la salud, en el que se recogen criterios y argumentos en relación con el ámbito de actuación de la asociación, con el fin de facilitar la difusión de los aspectos clave, tanto a los medios de comunicación, como a los agentes sanitarios y a las propias compañías de autocuidado.
- Impulso y organización del Día del Autocuidado en las compañías asociadas a **anefp**, como iniciativa encaminada a promover la cultura del autocuidado entre los profesionales de las compañías asociadas, lo que les permitirá disponer de un mayor conocimiento, formación e información sobre cómo desarrollar un autocuidado responsable de su salud, a través de los medicamentos y productos que sus compañías comercializan.
- Implicación en el proceso de cambio de imagen corporativa de la asociación, en el que **anefp** trabaja para adecuar su logo y leyenda a los ámbitos que representa en la actualidad.
- Difusión, a través de las compañías asociadas, de los contenidos dirigidos al ciudadano y publicados en la web de **anefp**, lo que contribuye al posicionamiento del *site* corporativo como referente de información de calidad sobre autocuidado y al acercamiento de la asociación a la sociedad, a través del entorno *on line*.



## Comités de trabajo Comité de Cosméticos



Miembros: 71

**Presidente**  
Manel Vera  
*Director general  
FERRER OTC*

### Actividades realizadas en 2014

- **Grupo de trabajo Regulatory:** elaboración del documento de preguntas y respuestas más frecuentes sobre la comercialización de cosméticos y alegaciones al proyecto de Real Decreto de Productos Cosméticos.
- **Grupo de trabajo Farmacias:** elaboración del cuestionario sobre formación en dermocosmética, gestión categorías y herramientas promocionales (remitido a 1.000 farmacias), y preparación del curso para las oficinas de farmacia de la Comunidad de Madrid interesadas en dermocosmética (*Dermoexpert* by **anefp**).
- **Grupo de trabajo I+D:** creación y elaboración de dos números del boletín COCOS News con información sobre la actividad de los diversos grupos de trabajo del comité.
- **Organización de la jornada COCOS Day,** foro de intercambio de experiencias entre la industria dermocosmética y la farmacia, donde se exploraron áreas de interés común, para impulsar el desarrollo de la dermocosmética en la farmacia.



## Comités de trabajo

# Comité de Marketing y Publicidad



**Miembros:** 66

**Presidente**  
Miquel Pascual  
*Director general*  
*MERCK*

### Actividades realizadas en 2014

- Participación en el Índice de expectativas de los directores de Marketing, realizado por la Asociación de Marketing de España.
- Seguimiento del Proceso Sello **anefp** y del reconocimiento del mismo por parte del Ministerio de Sanidad.
- Seguimiento del proceso de revisión de la Guía del SNS para la publicidad de medicamentos sin receta dirigida al público, así como de la Guía de buenas prácticas para la comunicación digital de medicamentos sin receta.
- Implicación en el proceso de cambio de imagen corporativa de la asociación, en el que **anefp** trabaja para adecuar su logo y leyenda a los ámbitos que representa en la actualidad.



COPLANT

## Comités de trabajo Comité de Plantas



**Miembros:** 37

**Presidenta**  
Esmeralda Buendía  
*Directora técnica*  
ARKOPHARMA

### Actividades realizadas en 2014

- Seguimiento de la nueva regulación europea sobre las tasas de farmacovigilancia de la EMA, que afecta a los medicamentos a base de plantas de uso bien establecido, no a los medicamentos tradicionales a base de plantas (MTP), para los que contempla una reducción del 20% en la tasa anual.
- Reuniones con las responsables de plantas de la AEMPS para debatir temas de interés como la incorporación de las propiedades farmacológicas en las fichas técnicas de los MTP como medio de información a los profesionales sanitarios, y consideración de los resultados de los test de legibilidad para incorporar modificaciones en los prospectos que no están contempladas en la monografía.
- Valoración del impacto de la publicación de la Directiva 2004/24 y su transposición en el RD 1345/2007 en el mercado nacional, que supuso la desaparición de la categoría de plantas con registro especial PM y la incorporación del registro simplificado de Medicamento Tradicional a base de Plantas (MTP).



## Comités de trabajo

# Comité de Relaciones Institucionales



**Miembros:** 36

**Presidente**  
Eugeni Sedano

*Director Relaciones Institucionales  
ESTEVE*

### Actividades realizadas en 2014

- Desarrollo de actividades para la incorporación de los medicamentos no sujetos a prescripción en las bases de datos de receta electrónica, primero de la administración central y, una vez conseguido, de las comunidades autónomas:
  - Desarrollo de un plan de acción con las comunidades autónomas con el objetivo de conocer la situación concreta de la prescripción electrónica de los medicamentos no sujetos a receta médica.
  - Realización de visitas institucionales a las comunidades autónomas por parte de los miembros de CRINS y del equipo directivo de **anefp**.
  - Acciones centradas en la prescripción por marca y no por principio activo de los medicamentos de autocuidado.
  - Actualización del estudio **El valor económico y social del autocuidado**, cuyos datos y argumentos impulsarán la puesta en marcha de acciones, tanto por la administración sanitaria central como por la autonómica, que impulsen el desarrollo del autocuidado.
- Desarrollo de actividades en relación con los *stakeholders* del ámbito del autocuidado como Consejo General de Farmacéuticos, colegios oficiales de farmacéuticos, SEFAC, Semergen, Consejo General de Enfermería, Organización Médico Colegial, partidos políticos, etc.
- Asistencia a foros internacionales como la recepción anual de la Asociación Europea de la Industria de Autocuidado (AESGP) en el Parlamento Europeo, donde se han mantenido encuentros con los eurodiputados españoles.



## Comités de trabajo

# Comité de Medicamentos Homeopáticos



**Miembros:** 8

**Presidenta**  
Susana Díaz  
*Directora técnica*  
BOIRON

### Actividades realizadas en 2014

- Debate y valoración de la propuesta de **anefp** para la evaluación clínica de los medicamentos homeopáticos con indicación terapéutica aprobada.
- Seguimiento de la futura publicación de la orden ministerial para adecuar los medicamentos homeopáticos comercializados actualmente al Real Decreto 1345/2007 de registro de medicamentos.
- Participación en las reuniones de la AESGP en las que se valora la situación de la homeopatía en los distintos países de la UE.



# Comités de trabajo

## Comité de Medicamentos sin receta



Miembros: 64

**Presidenta**  
Ana Catasús

Directora Asuntos Regulatorios  
y Relaciones Institucionales  
ANGELINI FARMACÉUTICA



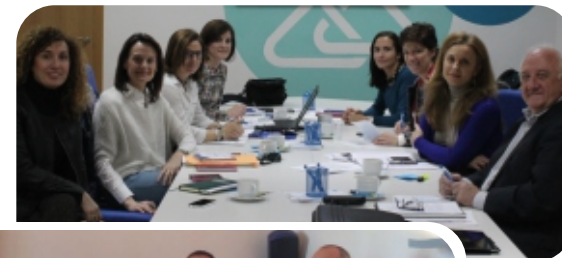
### Actividades realizadas en 2014

- Elaboración de un documento de cambio de estatus legal de los medicamentos, con el objetivo de obtener un consenso con la AEMPS.
- Elaboración de propuestas concretas a la administración sanitaria en relación con las marcas en distinto estatus legal, así como flexibilización respecto a las marcas en el sector de los medicamentos de autocuidado.
- Elaboración de una guía de envases para obtener un consenso con la AEMPS y disponer de envases más adaptados a la realidad europea.
- Elaboración de una *newsletter* con noticias de interés y de impacto en el ámbito de los medicamentos sin receta, tanto a nivel nacional como internacional.
- Análisis de los temas de interés en la gestión diaria de los registros y la publicidad de los medicamentos sin receta.
- Organización del encuentro entre la AEMPS y **anefp**, el 9 de diciembre, para revisar todos los temas de interés relacionados con los medicamentos sin receta, y al que asistieron los responsables del Departamento de Medicamentos de Uso Humano de la AEMPS.



## Comités de trabajo

# Comité de Nuevas Tecnologías de la Comunicación



**Miembros:** 43

**Presidenta**  
Alba Guzmán

*Presidenta  
Publicis Healthcare España  
CEO en Saatchi&Saatchi Health*

### Actividades realizadas en 2014

- Desarrollo de los contenidos de la Guía de buenas prácticas para la comunicación digital de medicamentos sin receta, en la que **anefp** trabaja en colaboración con IAB.
- Lanzamiento de la primera encuesta sobre el índice de digitalización de la industria de autocuidado y publicación de la infografía en la que se recogieron las conclusiones de la misma.
- Lanzamiento de una encuesta para determinar las necesidades de formación en el ámbito digital de las compañías asociadas a **anefp**, publicación de los resultados y diseño del formato y temas que tendrán las sesiones formativas, que se celebrarán en 2015.





PROSA

## Comités de trabajo Comité de Productos Sanitarios



Miembros: 68

**Presidente**

Marc Pérez

*Director general  
Laboratorios HARTMANN*

### Actividades realizadas en 2014

- Seguimiento e información del impacto del restablecimiento del CPS con la Ley 10/2014: plazo validez de los sellos **anefp** interleyes.
- Elaboración de la guía de **anefp** sobre la publicidad de productos sanitarios al público.
- Elaboración de la propuesta de listado de productos sanitarios cuya publicidad puede ser comunicada, así como listado de aquellos cuya publicidad debe seguir bajo CPS en razón a la naturaleza del producto y el tipo de riesgo que implica su utilización.
- Seguimiento del impacto de la entrada en vigor de la Ley 28/2014. Elaboración del documento recopilatorio de consultas sobre el IVA aplicable a todos los grupos de productos sanitarios de autocuidado a la luz de lo establecido en la Ley 28/2014.
- Seguimiento de la actividad legislativa de la propuesta de Reglamento sobre Productos Sanitarios en la UE.
- Seguimiento de la información sobre los casos presentados por algún Estado miembro al grupo de productos *borderline* de la Comisión Europea, según el procedimiento de Helsinki. Envío puntual de información a PROSA. Caso *cranberry*.





# Comités de trabajo Economic Affairs Committee

Miembro de **anefp** que asiste:

Maite López-Gil  
*Directora técnica adjunta*

## Actividades realizadas en 2014

- Puesta al día de la situación CE sobre dispositivos de seguridad y proyecto *self-care* financiado por la Comisión Europea.
- Información al comité sobre las actividades más relevantes desarrolladas por **anefp** sobre temas de índole comercial.
- Asistencia a la AESGP en la propuesta de temas y ponentes para el 51 Encuentro Anual de la Industria de Autocuidado (Barcelona 2015).





## Comités de trabajo Medical Devices Committee

Miembro de **anefp** que asiste:

Maite López-Gil  
*Directora técnica adjunta*

### Actividades realizadas en 2014

- Seguimiento tramitación comunitaria de la propuesta de reglamento de productos sanitarios.
- Identificación de las categorías de productos sanitarios de autocuidado y remisión a la AESGP.
- Asistencia a la reunión con el *attaché* de la Delegación española en el Consejo de la UE **Francisco Sevilla**.
- Elaboración del capítulo de España para el estudio de la AESGP sobre la situación de los productos sanitarios en la UE.
- Elaboración del documento sobre la situación del control de la publicidad al público de productos sanitarios en la UE, remitido a la Asociación Europea de la Industria de Autocuidado para ser incluido en el estudio AESGP productos sanitarios de la UE.





# Comités de trabajo Food Supplements Committee

Miembro de **anefp** que asiste:

Raquel Solís  
*Responsable Alimentos y Plantas*



## Actividades realizadas en 2014

- Participación en reuniones conjuntas AESGP-Comisión Europea para debatir aspectos interpretativos sobre:
  - Reglamento 1924/2006 sobre declaraciones nutricionales y de propiedades saludables: declaraciones pendientes de especies botánicas, *claims* de belleza, *claims* de cafeína, comunicaciones a profesionales y aplicación del Reglamento por parte de los Estados miembros.
  - Reglamento 1169/2011 de información alimentaria facilitada al consumidor y los cambios que supone en el etiquetado de los alimentos: análisis del documento de preguntas y respuestas elaborado por la Comisión Europea.
- Seguimiento y participación en la reorganización de la categoría 17 de aditivos en complementos alimenticios. Definición de los complementos alimenticios en forma de jarabe, masticables y efervescentes.
- Colaboración con la Comisión Europea en la justificación del uso de determinados aditivos en complementos alimenticios de cara a la reevaluación, que se está llevando a cabo a nivel europeo, de los aditivos permitidos antes de enero de 2009.
- Seguimiento de la propuesta de reglamento de la Comisión Europea sobre *novel foods*.



Comités de trabajo

## Herbals Medicinal Products Committee

Miembro de **anefp** que asiste:

Raquel Solís

*Responsable Alimentos y Plantas*

### Actividades realizadas en 2014

- Participación en la redacción de las monografías comunitarias en estudio de medicamentos a base de plantas de uso bien establecido y/o tradicionales, elaboradas por el Comité de Plantas de la EMA (HMPC).
- Participación en reuniones conjuntas AESGP-HMPC para detectar aspectos de mejora en la elaboración de las monografías comunitarias de plantas: población infantil destinataria, inclusión de propiedades farmacológicas en la ficha técnica (apartados 5.1 y 5.2), frecuencia y forma de actualización de los textos y datos de genotoxicidad.
- Debate sobre la evaluación científica positiva de la EFSA de la declaración de propiedades saludables referida a la mejora de la función/tránsito intestinal de los derivados hidroxiantracénicos contenidos en varias especies botánicas.





# Comités de trabajo Regulatory Affairs Committee

Miembro de **anefp** que asiste:

M<sup>a</sup> Carmen Isbert  
*Subdirectora general  
y directora técnica*



## Actividades realizadas en 2014

- Realización de propuestas concretas en relación con las distintas guías que se están poniendo en marcha por parte de la EMA.
- Elaboración de un estudio sobre los “referrals” y funcionamiento del Comité Europeo de Farmacovigilancia (PRAC), elaborando propuestas concretas para la mejora de dicho funcionamiento en relación con el sector de medicamentos de autocuidado.
- Desarrollo de actividades y realización de propuestas para la mejora de los procedimientos de registro europeos: descentralizado, mutuo reconocimiento y centralizado.
- Nueva puesta en funcionamiento de la Plataforma EMA/AESGP para impulsar el registro centralizado de los medicamentos no sujetos a prescripción, con aportación de propuestas concretas que animen a la industria a escoger esta vía de registro de medicamentos no sujetos a prescripción innovadores.
- Participación activa de España en todas las reuniones de este comité y de la Plataforma EMA/AESGP, con el fin de que las normas y propuestas que emanan de estos foros repercutan de forma positiva en el mercado español.
- Aportación de conocimiento de **anefp** para el cumplimiento del objetivo prioritario de la AESGP: fomento del *switch*.





# Aula de Formación anefp

En 2014 se ha producido la consolidación de la iniciativa Aula de Formación **anefp**, puesta en marcha por la asociación en 2013 con el objetivo de contribuir a la formación de los profesionales de las compañías asociadas.

Más de 200 asociados asistieron en 2014 a las 16 sesiones presenciales, de dos horas de duración, celebradas en Madrid y Barcelona, y que se han convertido en un lugar de formación, reflexión, análisis y discusión de temas de interés para los profesionales de la industria de autocuidado.



# Aula de Formación anefp

## Aulas Formación 2014

Los cosméticos del siglo XXI  
Mercé Camps (*Gabinete Técnico M. Camps*)

El protocolo y las buenas maneras en la empresa  
José Carlos Sanjuán y Pablo Batlle (*Monforte & Asociados*)

Los roles del community manager,  
content curator y social media manager  
Iciar Zafra, Elisabet García  
y Vicky Perea (*Saatchi&Saatchi Health*)

La plataforma para la gestión de la prescripción enfermera  
de medicamentos de autocuidado  
José Luis Cobos (*Consejo General de Enfermería*)

La actividad normativa de la administración sanitaria  
José Ignacio Vega (*Ramón y Cajal Abogados*)

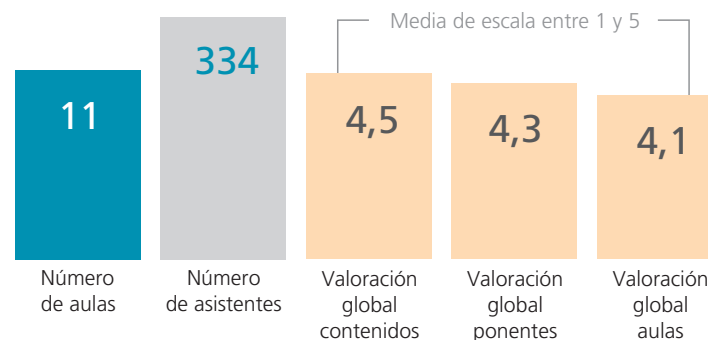
La acreditación de la promoción  
Ángel Navarro (*Azierta*)

Finanzas para no financieros  
Estíbaliz Pérez (*Pricewaterhouse Coopers*)

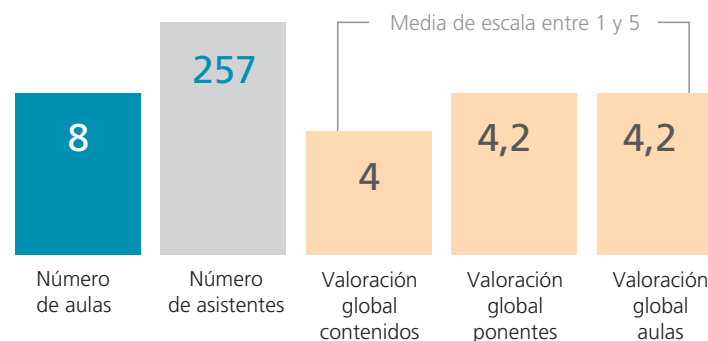
La importancia de la imagen  
como tarjeta de presentación personal y de la empresa  
Natalia López (*Nalosityle*)

El contenido de todas las sesiones  
está accesible para los asociados en la web de [anefp](http://anefp.org)

## VALORACIÓN GLOBAL AULAS FORMACIÓN 2013-2014



## VALORACIÓN GLOBAL 8 AULAS FORMACIÓN 2014





# anefp al día

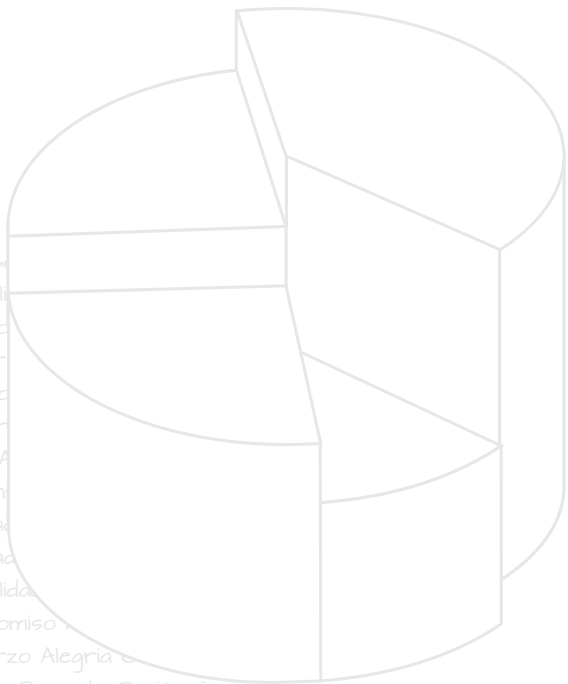
A través de los 183 números de **anefp al día** publicados en la web de la asociación y remitidos por email a lo largo de 2014, los asociados han tenido la oportunidad de conocer, de forma directa, breve y rápida, toda la actividad desarrollada por la asociación, así como la actualidad del sector del autocuidado.

Este boletín interno ha recogido el día a día de la asociación, desde las reuniones con los responsables de la administración sanitaria a sus visitas institucionales a la sede de **anefp**; desde los proyectos en los que trabajan los once comités internos de la asociación, hasta la participación en los grupos de trabajo de la asociación

europea de autocuidado; desde la presencia de **anefp** en los medios de comunicación, hasta el lanzamiento del *site* corporativo de la asociación; desde las convocatorias de las aulas de formación de la asociación, hasta la celebración de las Conferencias **anefp**.



Confianza Humildad  
Responsabilidad  
Alegria  
Esfuerzo  
Compañerismo  
Respeto  
Accesibilidad  
Servicio  
Dinamismo  
Ilusion  
Escuchar  
Talento  
Adaptabilidad  
Confianza  
Humildad  
Responsabilidad  
Alegria  
Esfuerzo  
Compañerismo  
Respeto  
Accesibilidad  
Servicio  
Dinamismo  
Ilusion  
Escuchar  
Talento  
Adaptabilidad  
Confianza  
Humildad  
Responsabilidad  
Alegria  
Esfuerzo  
Compañerismo  
Respeto  
Accesibilidad  
Servicio  
Dinamismo  
Ilusion  
Escuchar  
Talento  
Adaptabilidad



Medicamentos  
no sujetos a prescripción  
y no financiados

Complementos  
alimenticios

Cosmética y  
productos de cuidado  
personal

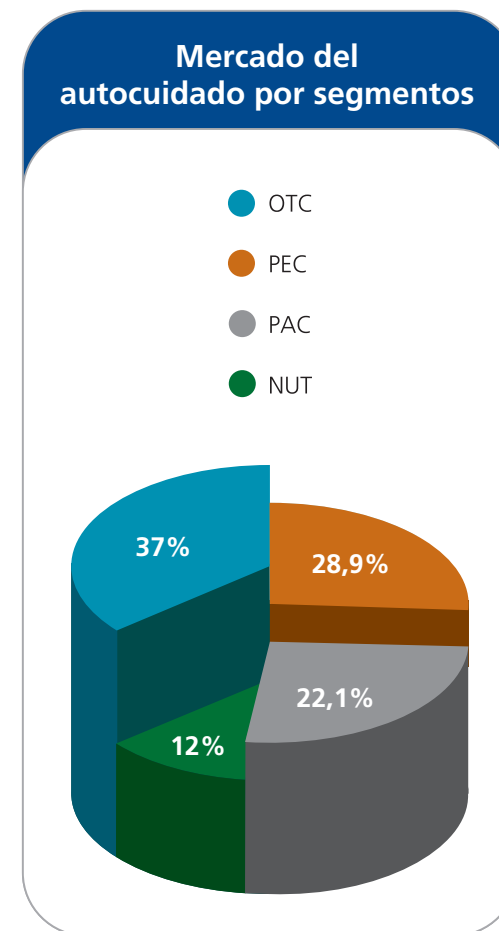
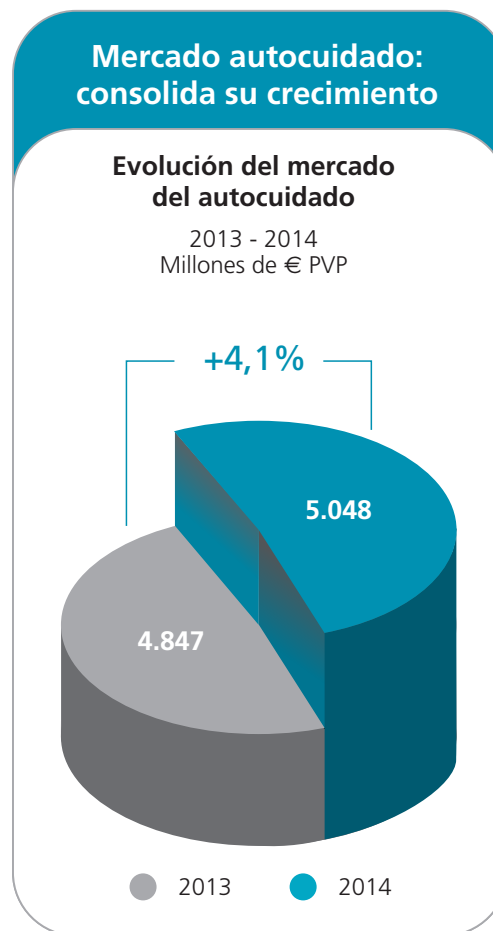
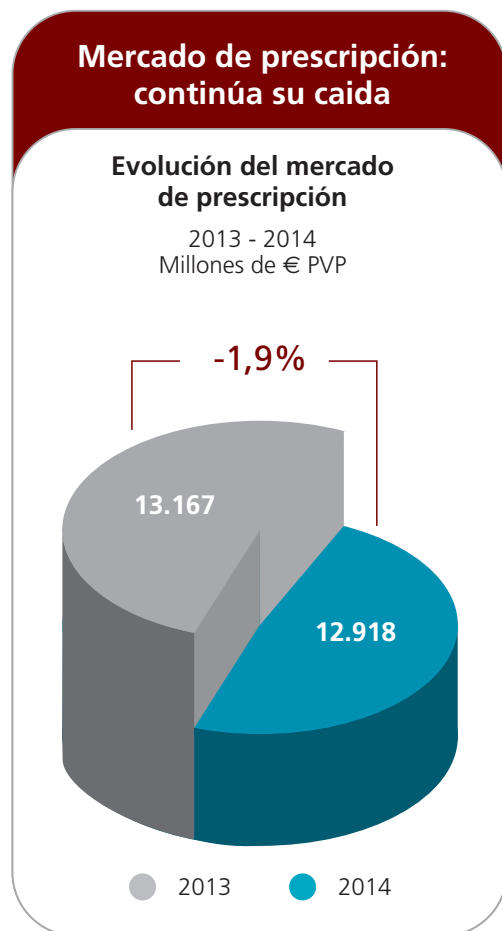
Medicamentos  
a base de plantas

Productos sanitarios  
no financiados

Medicamentos  
homeopáticos

# El mercado del autocuidado en cifras

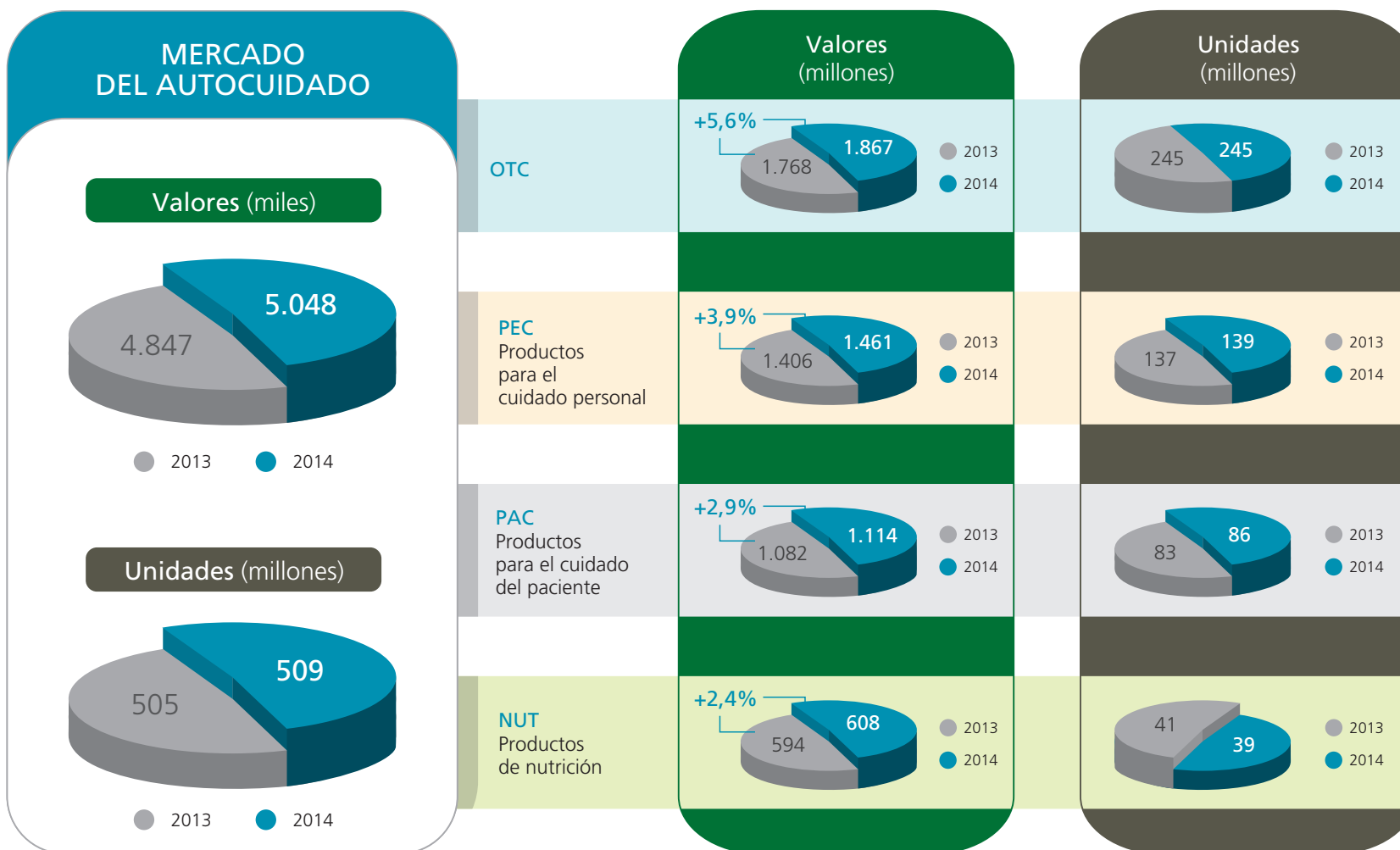
# El mercado del autocuidado en cifras



OTC: Medicamentos sin receta no financiados y productos de consumo de similar posicionamiento • PEC: Productos para el cuidado personal • PAC: Productos para el cuidado del paciente • NUT: Productos de nutrición

Fuente: IMS

# El mercado del autocuidado en cifras



Fuente: IMS

El mercado del autocuidado en cifras

# anefp en los medios de comunicación



# anefp en los medios de comunicación

La presentación de la nueva web corporativa de **anefp**, la celebración de la jornada “**Por una dermatocósmica innovadora al servicio de la farmacia**”, el índice de digitalización de las compañías de autocuidado, la reelección de **Jordi Ramentol** como presidente de la asociación o el primer aniversario de la iniciativa Aula de Formación **anefp** fueron algunas de las acciones de la asociación con mayor repercusión en los distintos medios de comunicación.

La venta de medicamentos sin receta a través del entorno *on line* y la consolidación del crecimiento del mercado *consumer health* a lo largo del ejercicio 2014 fueron también otros aspectos del ámbito de actuación de **anefp** que el suplemento mensual Autocuidado, editado por El Global, o el especial sobre Autocuidado, publicado por Correo Farmacéutico, recogieron.

## Impactos 2014

Valor económico  
757.400 €

Número de impactos  
582



# anefp en los medios de comunicación

El valor del autocuidado de la salud para la mejor calidad de vida de los ciudadanos y para los sistemas sanitarios han sido los ejes principales de la comunicación de **anefp** con los medios de comunicación, con los que mantiene una relación directa y continua.



# Hoja de ruta anefp 2015



# Hoja de ruta anefp 2015

## Crecimiento del mercado de autocuidado

Prescripción electrónica de los medicamentos sin receta

## Mejora en el acceso de los medicamentos sin receta al mercado

Venta on line de medicamentos sin receta

## Nueva imagen corporativa de **anefp**

Posicionamiento del sector de autocuidado en el entorno on line

## 51 Encuentro Anual Europeo de la Industria de Autocuidado. Barcelona 2015



La continuidad del crecimiento del sector del autocuidado, el desarrollo de la prescripción electrónica de los medicamentos sin receta, la mejora en el acceso de los medicamentos sin receta al mercado, el desarrollo de la venta a través del canal on line de los medicamentos de autocuidado y la puesta en marcha de proyectos con los distintos *stakeholders* sanitarios son algunos de los retos marcados por la asociación para el ejercicio 2015.

El cambio de la imagen corporativa de **anefp**, para adecuarla a sus ámbitos de actuación será otro de los retos a los que se enfrentará la asociación a lo largo de 2015, junto con el posicionamiento del sector de autocuidado en el entorno *on line*.

A todo ello se sumarán también los trabajos para conseguir el éxito del 51 Encuentro Anual Europeo de la Industria de Autocuidado, que se celebrará en el mes de mayo en Barcelona y en cuya organización **anefp** colabora con la asociación europea (AESGP).

# Órganos de Gobierno

- ✓ Consejo Directivo
- ✓ Comisión Permanente
- ✓ AESGP
- ✓ Organización Ejecutiva

# Consejo Directivo

**Presidente anefp**  
Jordi Ramentol (Ferrer Gelos)

**Secretaria Consejo Directivo**  
M<sup>a</sup> Carmen Isbert

**Director general anefp**  
Jaume Pey

**Asesor jurídico anefp**  
José Ignacio Vega

**Abbott Laboratories**  
Mathew Mittino

**Almirall**  
Javier Altemir

**Angelini Farmacéutica**  
Felipe Hortelano

**Arkopharma**  
Oliver Ricq

**Bama-Geve**  
Germano Natali

**Bayer Hispania**  
Martín dos Ramos

**Boehringer Ingelheim**  
Maribel Closa

**Casen Recordati**  
Miguel Isla

**Chiesi España**  
Mario Roviroso

**Cinfa**  
Javier del Río

**Esteve**  
Albert Esteve

**Fardi**  
Javier Font

**Farmaindustria**  
Emili Esteve

**Ferrer OTC**  
Manel Vera

**Grupo Farmasierra**  
Tomás Olleros

**GSK Consumer Health**  
Joaquín Wangüemert

**Johnson & Johnson**  
José M<sup>a</sup> Sardá

**Laboratorios Ern**  
David Solanes

**Laboratorios Hartmann**  
Marc Pérez

**Laboratorios Menarini**  
Salvador Pons

**Laboratorios Ordesa**  
Joan Permanyer

**Lacer**  
Luis Vives

**Merck**  
Miquel Pascual

**Novartis Consumer Health**  
Cristian Dufeu

**Pierre Fabré Ibérica**  
Alejandro Séculi

**Reckitt Benckiser**  
Ariadna Grañena

**Rottapharm-Madaus**  
Manuel Osuna

**Salvat**  
Alberto Bueno

**Sanofi-Aventis**  
Thierry Demeure

**Teva Farma**  
Adolfo Herrera / Carlos Teixeira

**Uriach Aquilea OTC**  
Javier Navarro

**Zambon**  
Elena Zabala

# Comisión Permanente

**Presidente**  
Jordi Ramentol  
Ferrer Gelos

**Vicepresidentes**  
Albert Esteve  
Esteve

Javier del Río  
Cinfa

Martín dos Ramos  
Bayer Hispania

Tomás Olleros  
Grupo Farmasierra

**Tesorero**  
José M<sup>a</sup> Sardá  
Johnson & Johnson

**Director General**  
Jaume Pey  
anefp

## Representantes anefp

### Tesorero

**Albert Esteve**  
Vicepresidente anefp

### Board of Directors

**Jaume Pey**  
Director general anefp

### Regulatory Affairs Committee

**M<sup>a</sup> Carmen Isbert**  
Subdirectora general / Directora técnica anefp

### Economic Affairs and Public Relations Committee

**Maite López-Gil**  
Directora técnica adjunta anefp

### Food Supplements Committee

**José Carlos Quintela**  
Presidente Comité Alimentos anefp

**Raquel Solís**  
Técnico responsable Alimentos y Plantas anefp

### Herbals Committee

**Esmeralda Buendía**  
Presidenta Comité Plantas anefp

**Raquel Solís**  
Técnico responsable Alimentos y Plantas anefp

### Medical Devices Committee

**Marc Pérez**  
Presidente Comité Productos Sanitarios anefp

**Maite López-Gil**  
Directora técnica adjunta anefp

# Organización Ejecutiva



## Jaume Pey

Director general  
jaume.pey@anefp.org

## M<sup>a</sup> Carmen Isbert

Subdirectora general / Directora técnica  
carmen.isbert@anefp.org

## Maite López-Gil

Directora técnica adjunta  
maite.lopez.gil@anefp.org

## Raquel Solís

Técnico responsable Alimentos y Plantas  
raquel.solis@anefp.org

## Nuria Sastre

Directora de Comunicación y RRPP  
nuria.sastre@anefp.org

## Teresa Rojas

Responsable Administración y Contabilidad  
teresa.rojas@anefp.org

## Mayte Aguado

Assistant Departamento Técnico  
mayte.aguado@anefp.org

## Manuela Navarro

Assistant Dirección General  
manuela.navarro@anefp.org

## Juan Carlos Marjalizo

Servicios Generales / Administración Sello anefp  
juancarlos.marjalizo@anefp.org

## Mónica Martín

Assistant anefp  
monica.martin@anefp.org



# Compañías asociadas




Compañías asociadas



Compañías asociadas



Compañías asociadas

 **SANDOZ**

  
SANOFI

SEID  LAB

 **sigma-tau**  
sigma-tau España s.a.

 GRUPO  
**MENARINI**  
TC Farma



*Uriach* 

 **Zambon**  
1906

---

## Incorporaciones 2015

BELLA  AURORA  
LABS

 **HRA** Pharma

...alidad ...  
...ad Confianza Humildad  
...promiso Responsabili  
...erzo Alegría Compro  
...speto Pasión Esfuerzo Alegría Con  
...servicio Compañerismo Respeto  
...sión Accesibilidad Serv  
...to Dinamismo Ilusión Ad  
...ilidad Escuchar Talento  
...rdialidad Adaptabilidad Escuchar Talen  
...ad Confianza Humildad Cordialidad Ade  
...promiso Responsabili  
...erzo Alegría Compro  
...speto Pasión Esfuerz  
...servicio Compañerismo Respeto Pasión  
...sión Accesibilidad Servicio Compañerim  
...to Dinamismo Ilusión Accesibilidad Ser  
...ilidad Escuchar Talento Dinamismo Usi  
...rdialidad Adaptabilidad Escuchar Talen  
...ad Confianza Humildad Cordialidad  
...promiso Responsabilidad Conf  
...erzo Alegría Compañerismo  
...speto Pasión Esfuerzo Alegría  
...erzo Compañerismo

# Empresas adheridas



Empresas adheridas



# Incorporaciones 2015



Empresas adheridas





# **Autocuidado de la Salud**

[www.anefp.org](http://www.anefp.org)