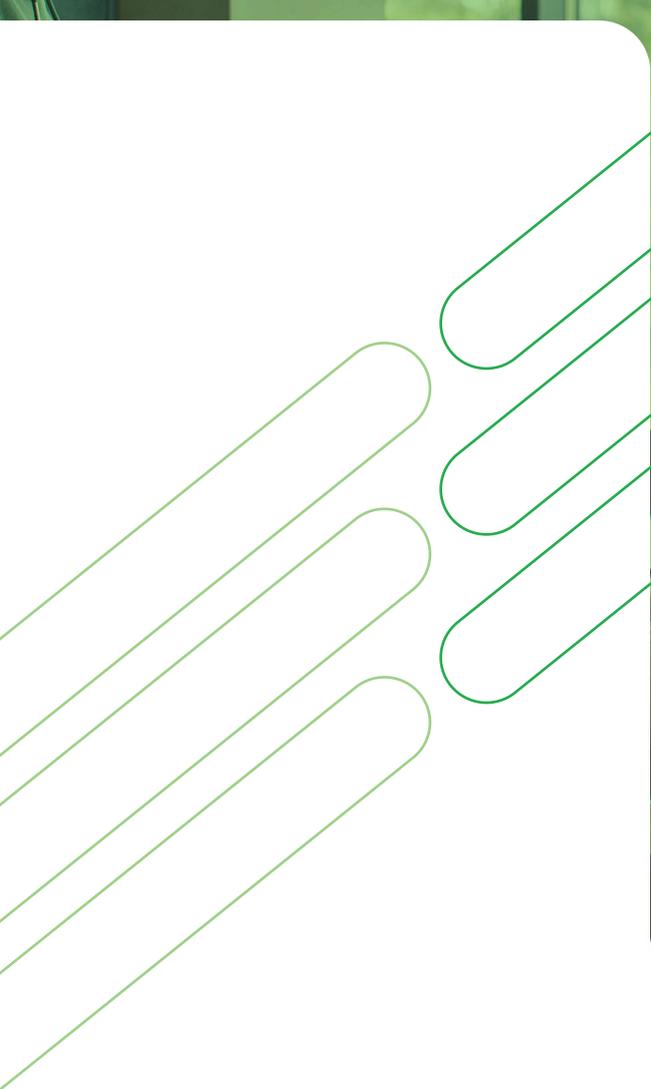
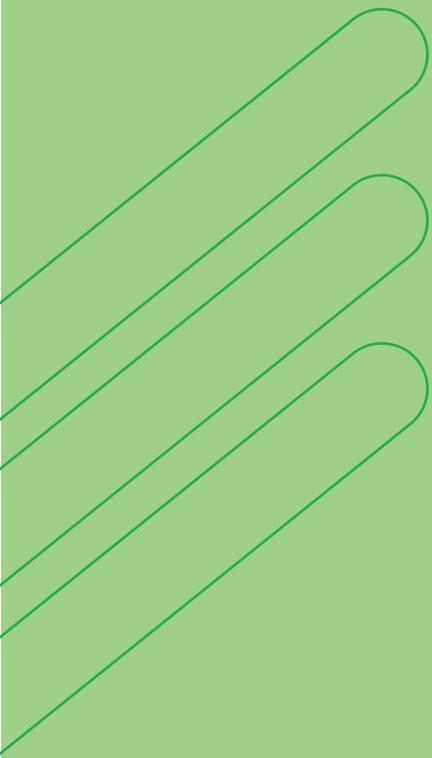


# ESTRATEGIA DE ACCIÓN SOCIAL 2024-2025



RESUMEN EJECUTIVO



# CONTENIDO

## INTRODUCCIÓN

- 1** CONTEXTO
- 2** OBJETIVOS Y EJES
  - 2.1 OBJETIVO GENERAL
  - 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS
- 3** INICIATIVAS
- 4** GRUPOS DE INTERÉS
- 5** EN DEFINITIVA...



# INTRODUCCIÓN

Desde 2019, con la aprobación de su Política de Acción Social, el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (COFM) ha venido desarrollando distintas líneas de trabajo en esta materia. En 2024, debido a la necesidad de actualizar esta acción social, la Junta de Gobierno, elegida en 2022, ha aprobado una nueva Estrategia que busca reforzar e impulsar el valor no solo sanitario, sino también social de la profesión farmacéutica en la Comunidad de Madrid a través del COFM.

La Estrategia se enmarca dentro del **Plan de Transformación Estratégica colegial 2022-2025** y responde a algunos de sus principales ejes, como el desarrollo de una propuesta de valor y de nuevos servicios; la implantación de una nueva cultura y modelo organizativos, y su conexión con pilares que impulsan la acción social del Colegio, como son la sostenibilidad, la solidaridad y la vocación de servicio, así como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), asumidos por el COFM y relacionados principalmente con Salud y bienestar (ODS 3), Reducción de las desigualdades (ODS 10) y Alianzas para contribuir a los ODS (ODS 17).

Además de los movimientos de modernización y renovación del COFM, la Estrategia de Acción Social es producto de los cambios que se han producido en los últimos años en nuestra sociedad y que requieren un abordaje específico y un avance en la implicación social de la organización. Por ejemplo, la pandemia de coronavirus (2020) tuvo importantes consecuencias a nivel sanitario y social y supuso un replanteamiento del modelo de respuesta e intervención por parte de las Administraciones públicas ante los problemas tanto de salud como sociales.

El envejecimiento poblacional, el aumento de enfermedades crónicas, la polimedicación, la dependencia, la fragilidad, la soledad no deseada... son todos elementos de importancia creciente en los últimos años que aúnan de manera indisoluble lo sanitario y lo social y que representan enormes desafíos que precisan de un cambio en el modelo sociosanitario para ser abordados con éxito. Ese modelo no solo debe estar más enfocado a la prevención y detección temprana de todos esos problemas, sino también a proporcionar una mayor humanización en la atención de las personas en situación de vulnerabilidad.



También se ha consolidado en el Colegio la voluntad de trabajo en colaboración con diferentes agentes y organizaciones de ámbitos variados y la vocación solidaria de los colegiados, mostrada en los últimos años en sus respuestas a las diferentes crisis sociales y sanitarias vividas, y en su apoyo a las distintas iniciativas solidarias promovidas desde el COFM.

Todo ello hace que la nueva Estrategia de Acción Social no solo esté más que justificada, sino que sea un elemento de valor necesario y de relevancia para reforzar el compromiso del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid con su entorno social y visibilizar la labor que, más allá de lo estrictamente sanitario, puede llevar a cabo la profesión farmacéutica para el beneficio de la sociedad madrileña.

## 1 CONTEXTO

La nueva Estrategia nace en un contexto de necesidades sociales importantes que hay que abordar con la colaboración de distintos agentes. Algunas de esas necesidades o problemas de calado social son, como se ha citado previamente, el envejecimiento de la población (la Comunidad de Madrid se sitúa entre las de mayor esperanza de vida y menor tasa de fertilidad de la Unión Europea), el incremento de las desigualdades y la pobreza (alrededor del 22-23% de la población madrileña se encuentra en situación de exclusión o pobreza relativa y hasta un 15% de los hogares manifiesta tener dificultades económicas para comprar medicamentos o seguir tratamientos médicos), la dependencia, la exclusión social y la soledad no deseada (el 7,3% de los hogares cuenta con alguna persona sin relaciones o que no dispone del apoyo de otras personas en caso de necesidad). A todo esto hay que sumar cambios importantes en las estructuras familiares, pues en la Comunidad de



Madrid, al igual que en el resto de España, se ha pasado de un paradigma basado en la “familia modelo” a un contexto de “diversidad de familias”.

En este marco, las tendencias de intervención social y la gestión sanitaria actual buscan reforzar la humanización mediante una atención centrada en las personas como elemento clave para encarar las necesidades antes mencionadas.

La humanización permite mejorar la accesibilidad a los distintos servicios no solo desde un punto de vista físico o sensorial, sino también cognitivo, con un lenguaje apto para todas las personas, especialmente las que tienen algún tipo de deterioro cognitivo; favorece un uso responsable de las nuevas tecnologías, reduciendo la brecha digital en las personas mayores, y ayuda a generar espacios confortables donde se respete la intimidad del paciente, además de favorecer su autonomía ante la enfermedad. La humanización también permite una mejor continuidad en la salud, al proporcionar una asistencia coherente y coordinada.

En la intervención y gestión de proyectos sociales la atención centrada en la persona, que considera que los ciudadanos pasan de ser meros receptores de los servicios a estar plenamente implicados en las decisiones y planificación de sus apoyos y de su futuro, es una clave que se está implantando en el trabajo con las personas mayores, las personas con discapacidad, las personas sin hogar...

Dos derivadas de este modelo de intervención social que pone a la persona beneficiaria en el centro de las decisiones son los servicios prestados desde la comunidad a las personas vulnerables y la desinstitucionalización, para un cambio en la forma de vida más inclusivo de las personas vulnerables, evitando el ingreso en residencias, centros de protección infantil, albergues, etc.

El desarrollo de una acción social de este tipo por parte del COFM implica que la corporación:

- Potencie la visibilidad de la acción solidaria de la profesión farmacéutica, también como vía para animar a otros colegiados a implicarse.
- Contemple diferentes niveles de implicación de los colegiados y que esta participación sea siempre voluntaria.
- Comunique los resultados e impacto de los proyectos sociales impulsados.
- Ponga el foco de la acción social en la Comunidad de Madrid y también dé su papel a las ONG farmacéuticas.

## OBJETIVOS Y EJES

El planteamiento de esta nueva Estrategia de Acción Social del Colegio parte, como ya se ha citado, de su integración en el marco estratégico existente en el COFM, de manera que contribuya al logro de los objetivos que el Colegio tiene planteados y la acción social no sea una actividad accesoria en su funcionamiento cotidiano, sino que aporte valor a los colegiados y al Colegio.

El COFM representa a un colectivo de profesionales farmacéuticos con presencia en todos los estratos sociales y sanitarios, ya sea desde la red de oficinas de farmacia (presente en medio urbano y rural y en todo tipo de barrios) hasta en grandes empresas, ya sean de industria farmacéutica, distribución, pasando por la presencia de profesionales farmacéuticos en hospitales, salud pública, docencia, investigación, ONG, etc.

La variedad y amplitud de la profesión farmacéutica le confieren un gran potencial de actuación social al tocar muchas realidades distintas. Además, la salud y el bienestar social están íntimamente relacionados, y los conocimientos de los farmacéuticos como profesionales sanitarios, unidos a su imbricación en el tejido social, les convierten en agentes con capacidad para detectar situaciones de vulnerabilidad social y actuar en colaboración con otros agentes sanitarios y/o sociales para su mitigación y/o resolución.

Por ello, el COFM, como organización representativa del colectivo farmacéutico, asume la responsabilidad y el compromiso que implica contribuir a la mejora del bienestar social de los colectivos más vulnerables y a la reflexión sobre los asuntos sociales que afectan al conjunto de la población y en los que la profesión farmacéutica pueda ayudar o aportar soluciones.

En este marco, los objetivos de la Estrategia de Acción Social colegial se concretan en:

### 2.1 OBJETIVO GENERAL:

Contribuir a la **superación de las barreras sociales que dificultan la protección y el cuidado de la salud** (entendida como estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades desde **el valor diferencial de la profesión farmacéutica**, tal y como la define la Organización Mundial de la Salud).

Este objetivo general contiene **tres ideas principales**:

1. La acción social del Colegio se esforzará por reducir las circunstancias que dificultan la protección y cuidado de la salud, ya sean condiciones socioeconómicas, carencias materiales, falta de conocimientos, sensación de soledad...
2. Un concepto amplio del término salud que supera la ausencia de enfermedad y que incorpora tres dimensiones: la salud del cuerpo (física), la salud mental y la salud de las condiciones de vida y relaciones (social).
3. Esta contribución se realizará siempre poniendo en valor el rol diferencial de la profesión farmacéutica.

## 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Favorecer la **protección de la salud de los colectivos más frágiles** mediante el compromiso de colegiados, empleados y colaboradores.
- Impulsar el **impacto sanitario y social de la profesión farmacéutica** y su contribución a la mitigación de los problemas sociales.
- Construir un **conjunto de alianzas y colaboraciones** que aporten valor a la estrategia de acción social del COFM y le permitan ampliar su impacto.

Como consecuencia de esos objetivos, los **ejes principales** sobre los que gira la Estrategia de Acción Social del COFM son los siguientes:

- **Visión amplia del concepto de lo social**, que se relaciona íntimamente con la salud.
- **Protagonismo del concepto de humanización** y su conexión entre el plano sanitario y el plano social.
- **Prioridad por las personas frágiles**, como pacientes crónicos, personas mayores y/o dependientes, personas en situación o riesgo de soledad no deseada, con problemas de adicciones y/o salud mental, víctimas de violencia de género, etc.

- **Alineación con la estrategia general** del Colegio.
- Prioridad por **proyectos realizados en la Comunidad de Madrid, al ser el ecosistema natural del Colegio.**
- Mayor **protagonismo de los colegiados**, posibilitado gracias al impulso y el liderazgo del Colegio.

## 3 INICIATIVAS

Los objetivos y los ejes estratégicos mencionados se concretan en una serie de iniciativas novedosas que se incluyen en la Estrategia de Acción Social:

- **Consejo de Acción Social:** este nuevo órgano estará formado por diferentes representantes y expertos de prestigio de las entidades sociales, la Administración pública u otros con la idea de que contribuyan con su conocimiento y opinión a fortalecer la Estrategia de Acción Social del Colegio y las actividades que se acometan en esta materia, dotándolas de una mayor transparencia, fiabilidad y credibilidad. Además, la creación de este Consejo se alinea con el compromiso del Colegio con el diálogo permanente y reforzará el prestigio y legitimidad de la acción social colegial.
- **Generación de conocimiento (Foro Social del COFM):** esta iniciativa es la principal novedad de la nueva Estrategia y su meta es aportar conocimiento sobre el vínculo entre la salud y los factores sociales y difundirlo, principalmente, entre los colegiados y el entorno social con el que se relaciona el Colegio. Para ello se organizarán conferencias, seminarios, formaciones o encuentros sobre tendencias y desafíos sociales y su vínculo con la salud, que permitan reforzar la figura de los farmacéuticos como agentes proactivos en la detección y prevención de situaciones de vulnerabilidad o exclusión social.
- **Proyecto colaborativo:** otra de las novedades importantes en esta nueva etapa de la acción social del Colegio es el impulso que se dará a un gran proyecto que dé respuesta, a través de la implicación de la profesión farmacéutica y del propio Colegio, a un problema de calado que contenga factores sociales y sanitarios y afecte a las personas frágiles (personas cuyo estado de salud es vulnerable y se encuentran en el paso previo a la dependencia), como puede ser la soledad no deseada o el padecimiento de

ciertos síntomas previos a la dependencia. El proyecto fomentará también la colaboración en red con la participación y colaboración de otras entidades (Administración pública, industria farmacéutica, ONG...).

- **Convocatoria económica:** la voluntad del nuevo modelo de acción social del Colegio es mantener la ayuda económica a proyectos sociales con componente sanitario impulsados por ONG y asociaciones de pacientes. La principal novedad de este nuevo modelo de convocatorias consiste en unificar las convocatorias de ayudas a ONG en una sola convocatoria donde se seleccione un proyecto, que sirva para canalizar todas las iniciativas solidarias del Colegio durante todo un año (actividades deportivas, formativas o culturales, de manera que se genere una identificación del Colegio con ese proyecto y se entregue una mayor dotación económica que permita mayores logros e impacto.
- **Campañas:** una de las iniciativas sociales que se mantiene en la nueva Estrategia de Acción Social es la difusión de campañas para fomentar hábitos saludables o para prevenir comportamientos nocivos para la salud. Como hasta ahora, el Colegio podrá difundir campañas de otras entidades (Administración pública, ONG, asociaciones de pacientes, industria farmacéutica...) o impulsar campañas propias. Al seleccionar qué campañas se difundirán, se dará mayor apoyo a aquellas que se refieran a retos como la soledad no deseada (por ser uno de los retos sociales actuales más acuciantes), el buen uso de los medicamentos (por ser una función básica de la profesión farmacéutica) o a asegurar la continuidad en la atención sanitaria (por ser una de las líneas que conforman la humanización sanitaria).
- **Voluntariado:** además de contar con una bolsa de voluntarios y de las posibilidades de participación que ofrezcan las entidades sociales con las que el Colegio cuenta con un convenio de colaboración firmado, esta nueva Estrategia plantea que en los proyectos antes enunciados puedan colaborar como voluntarios los farmacéuticos colegiados, de modo que se refuerce este compromiso, también con el programa FarmaVoluntariado COFM, de reciente creación.





## 4 GRUPOS DE INTERÉS

Como se ha mencionado, el abordaje exitoso de los grandes desafíos sanitarios y sociales exige la colaboración de distintos agentes. La puesta en marcha de la Estrategia implica también su difusión entre aquellos colectivos de interés que, por su naturaleza, pueden resultar potenciales colaboradores en su ejecución.

Estos grupos de interés prioritarios para la difusión y su colaboración con la Estrategia colegial son:

- 1. Colegiados y empleados del COFM:** con el propósito de incrementar su implicación y participación en las actividades previstas y también para desinstitucionalizar las acciones colegiales y que reflejen el interés y compromiso de los farmacéuticos.
- 2. Entidades sociales (priorizando con aquellas con las que hay algún convenio de colaboración):** con el propósito de generar alianzas y acuerdos para el desarrollo de proyectos e iniciativas.
- 3. Industria farmacéutica:** para la búsqueda de colaboración y apoyo en los proyectos colaborativos promovidos por el COFM.
- 4. Otros proveedores** y entidades colaboradoras (distribución, empresas del sector, etc.): comunicación orientada a su colaboración e implicación en los proyectos sociales.
- 5. Administración pública:** para que valore al Colegio como un agente con impacto social, además de sanitario, que hay que tener en cuenta y con el que establecer alianzas en esta materia para cubrir necesidades sociales.
- 6. Sociedad en general y medios de comunicación:** para buscar su apoyo en la difusión de los objetivos de la Estrategia, en los impactos y los resultados logrados y facilitar su conocimiento por el conjunto de la sociedad y de los propios colegiados.

## EN DEFINITIVA...

La nueva Estrategia de Acción Social del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid es una apuesta de valor decidida de la institución, que se incluye en el marco del *Plan de Transformación Estratégica 2022-2025*. Lo sanitario y lo social están íntimamente relacionados, por lo que esta apuesta es asumida como propia y sin fisuras desde el COFM, al alinearse también con algunos de sus principales valores como la sostenibilidad, la solidaridad y la vocación de servicio.

Con la nueva Estrategia, el Colegio quiere contribuir no solo a reforzar ese compromiso social de la corporación, sino también impulsar el valor social y la implicación de la profesión farmacéutica en su conjunto en el abordaje exitoso de los grandes desafíos sociales de la actualidad como la desigualdad, la pobreza, la exclusión social, la dependencia, la soledad no deseada, etc.

Los objetivos, ejes e iniciativas de la Estrategia persiguen colocar al Colegio de Farmacéuticos de Madrid como un referente en la Comunidad de Madrid en la promoción y el impulso de la acción social, apoyándose no solo en su estructura organizacional, sino en la profesión farmacéutica, la profesión sanitaria más cercana y próxima a la población, lo que le confiere un enorme potencial de intervención para la prevención, detección y resolución, en colaboración con otros agentes, de situaciones de riesgo en materia social.



**COFM**<sup>↑</sup>  
COLEGIO OFICIAL DE FARMACÉUTICOS DE MADRID