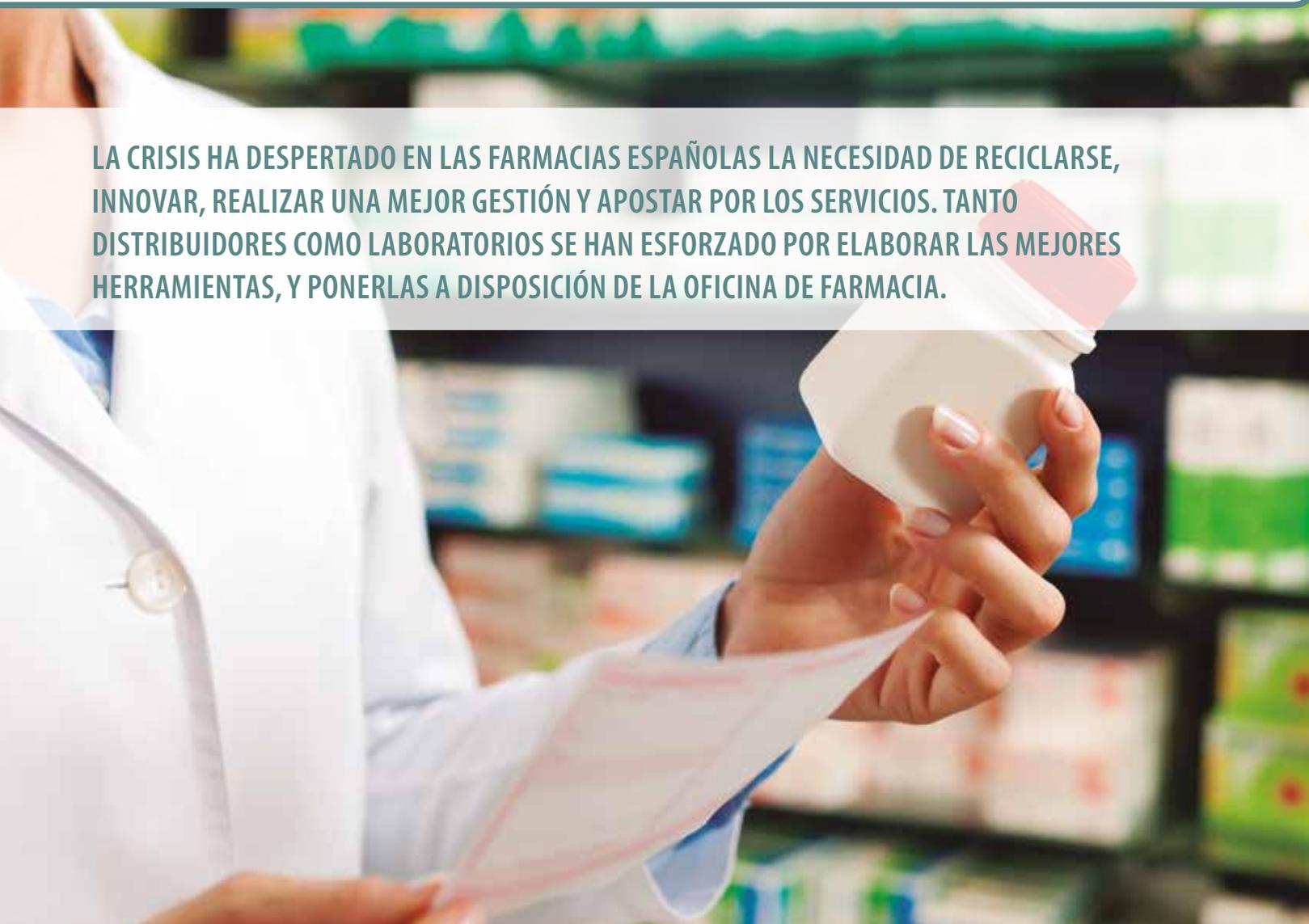


Formación, gestión e innovación como claves del futuro

LA CRISIS HA DESPERTADO EN LAS FARMACIAS ESPAÑOLAS LA NECESIDAD DE RECICLARSE, INNOVAR, REALIZAR UNA MEJOR GESTIÓN Y APOSTAR POR LOS SERVICIOS. TANTO DISTRIBUIDORES COMO LABORATORIOS SE HAN ESFORZADO POR ELABORAR LAS MEJORES HERRAMIENTAS, Y PONERLAS A DISPOSICIÓN DE LA OFICINA DE FARMACIA.



En muchos casos estas herramientas se han materializado como formación continuada, tanto presencial como a través de diferentes plataformas, algo inherente a la propia profesión, que viene realizándose tradicionalmente desde los COF, pero que solía estar orientada de cara a la actualización de conocimientos científicos casi en exclusiva.

Ahora, tanto desde los Colegios Farmacéuticos como desde las cooperativas, la distribución o los propios laboratorios, la formación se diversifica, atendiendo a segmentos más específicos como la atención farmacéutica,

las estrategias para la prevención de enfermedades y nuevos tratamientos o sus efectos adversos, o la formulación innovadora como una herramienta de fidelización eficaz; pero también a objetivos aplicables a otros sectores comerciales, con claros propósitos de rentabilidad que redundan, en definitiva, en un aumento de las ventas de las farmacias, su diversificación y la garantía de su sostenibilidad presente y futura.

El liderazgo, la gestión de equipos y las competencias profesionales son conceptos hoy en día imprescindibles para la gestión avanzada de una farmacia, y ahora se aprenden en numerosas formaciones especializa-

das que cada vez generan un mayor interés entre los farmacéuticos. La apertura de nuevos segmentos de negocio, como la homeopatía, también es objeto de aprendizaje, área en la que destaca, por ejemplo, el Programa Farmacias con H, desarrollado por Laboratorios Boiron para potenciar esa categoría desde la farmacia, ayudando a impulsar el negocio y fidelizar a los clientes.

En numerosos casos, además, laboratorios y cooperativas cuentan con plataformas de formación online, lo que permite que, además de la posibilidad de hacer formaciones presenciales, éstas puedan realizarse online, de manera que resulten mucho más prácticas y sencillas para los profesionales. Suele tratarse de formatos dinámicos, claros e intuitivos; con cápsulas formativas de cursos especializados en diferentes temáticas, y equipos formativos integrados por profesores con un alto nivel técnico-científico y los mejores asesores externos. Como ejemplo podría servir la plataforma creada por Laboratorios Diafarm, Diactual, proyecto dirigido a todos los profesionales de la salud y el bienestar, cuyo objetivo es aportar respuestas a los múltiples retos diarios que afrontan los profesionales de la salud.

De un modo más concreto, la iniciativa Menarini Farma Help es un área de formación exclusiva para profesionales del sector farmacéutico, tanto de oficinas de farmacia como de atención primaria y hospitales, reforzando la apuesta de la compañía por la formación continuada.

Renovarse o morir

La coyuntura económica actual, y los grandes retos a los que se enfrenta el sector sanitario en general, y el farmacéutico en concreto, demandan cada vez más una gestión de la farmacia más profesional, y una mayor preparación empresarial de las personas que se encuentran al frente de las oficinas de farmacia. La dirección de la oficina de farmacia, y el hecho de ampliar su visión empresarial, es otra de las áreas sobre las que las cooperativas ofertan formación, que resulta enormemente demandada por unos profesionales que cada vez son más conscientes de que la farmacia, además de un servicio público, es una empresa que tiene que resultar rentable para poder sobrevivir. Cooperativas como Cecofar apuestan fuertemente por este tipo de formaciones a través de los servicios de Avantia Plus Gestión, sus jornadas de formación que celebran desde hace lustros, acciones formativas en las diferentes zonas de influencia, o a través de iniciativas conjuntas con el Instituto Internacional San Telmo, incrementando y reforzando la implicación y colaboración entre la cooperativa y sus socios. También Fedefarma es

EL LIDERAZGO, LA GESTIÓN DE EQUIPOS Y LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES SON CONCEPTOS HOY EN DÍA IMPRESCINDIBLES PARA LA GESTIÓN AVANZADA DE UNA FARMACIA

ya un clásico en la formación de sus cooperativistas a través de su Programa de Formación Continuada que ya alcanza una antigüedad de 28 años, con más de 20.000 alumnos inscritos. En un entorno comercial y competitivo, las estrategias comerciales como el marketing visual, los numerosos sistemas de fidelización existentes, o la importancia de gestionar continuamente los lineales y los escaparates, y el impacto que estas modificaciones pueden tener sobre las ventas, resultan conocimientos fundamentales para un sector que tradicionalmente no había tenido que preocuparse demasiado sobre estos aspectos.

Otro de los retos y áreas en las que deben formarse y por las que deben apostar los farmacéuticos para mantenerse competitivos es el hecho de conversar con sus pacientes a través de la comunicación 2.0, mediante el uso de Internet y de las redes sociales, algo por lo que ya han apostado muchos de los profesionales más jóvenes e inquietos, y que ya ha demostrado que aporta sus frutos. Es frecuente escuchar que si uno no está en Internet, no existe.



Actualmente, sólo el 10% de las farmacias tiene presencia online, y de este porcentaje, sólo 8 de cada 10 lo hacen de una forma correcta. Desconocimiento, falta de tiempo y de recursos son los principales motivos argumentados por los titulares de farmacias para explicar que aún se encuentran a las puertas de las redes sociales. Gran parte de las distribuidoras ofrecen formación a sus socios y clientes sobre éste y otros numerosos aspectos que permiten desarrollar las vertientes más innovadoras de la oficina de farmacia.

Asesoría integral

En el caso de las cooperativas, suele ser habitual contar entre sus servicios con servicios de asesoría integral de empresas, que incluyen generalmente aspectos como:

- Asesoramiento fiscal, análisis de situación, planificación y gestión de cada ejercicio fiscal con asesoramiento y consenso y todas las obligaciones fiscales, incluida la confección y legalización de la contabilidad anual.
- Asesoramiento económico y financiero, a través del análisis periódico de la cuenta de resultados y estados financieros, así como evolución del negocio.
- Análisis y planificación de inversiones y patrimonial en todo momento y de cualquier adquisición mobiliaria o inmobiliaria de la farmacia o farmacéutico.
- Análisis de inversiones y patrimonial, realizando también la planificación y gestión de transmisión de las farmacias, tanto en el caso de sucesión familiar del negocio como en el caso de compra venta.

Otros aspectos como el equipamiento integral, que incluye desde el mobiliario a la señalética, pasando por el diseño, las reformas o el vestuario de la farmacia; y la acción en el punto de venta, que aborda el análisis y el material PLV, así como el marketing dinámico, la consultoría estratégica de marketing o los SPD también suelen incluirse en los servicios de las cooperativas, como es el caso de Hefame a través de sus Servicios F+. +