

“La farmacia ideal sería la que está integrada totalmente dentro del sistema sanitario”



EL CONSEJO FARMACÉUTICO ES UN VALOR DENTRO DE LA FARMACIA DE ANDREA DOMÍNGUEZ GONZÁLEZ, EN REDONDELA (PONTEVEDRA), NO NEGOCIABLE CON EL EQUIPO. LA FILOSOFÍA DEL EQUIPO ES TRANSMITIR SUS CONOCIMIENTOS PARA AYUDAR A CADA PACIENTE A RESOLVER UN PROBLEMA DE SALUD, EVITAR O PALIAR UN EFECTO ADVERSO, MEJORAR SU CALIDAD DE VIDA Y AUMENTAR SU CONFIANZA CON ELLOS. AQUÍ CONSIDERAN QUE ACTUALMENTE LA LUCHA DE LOS FARMACÉUTICOS POR REIVINDICAR SU POSICIÓN COMO SANITARIOS E INTEGRARSE DENTRO DE LA CADENA SANITARIA ES MÁS FUERTE.

Tener una farmacia siempre fue su gran sueño. Vestir la bata blanca, aconsejar a los pacientes, dispensar de una forma activa, desarrollar programas de salud, talleres formativos, et- cetera. **Andrea Domínguez González**, titular de la farmacia del mismo nombre en Redondela (Pontevedra), nos cuenta que siempre tuvo claro que quería una que se caracterizara por el consejo farmacéutico, que estuviera centrada en los pacientes, que fuera proactiva y que estuviera integrada en la población.

Explica que ésta es una farmacia 13 horas en la que trabajan seis farmacéuticos, cinco auxiliares y un administrador, **Sindo Fernández Cajide**, que es su marido y partner. "La compramos hace casi cuatro años con la ayuda del equipo de FarmaQuatrium y tuvimos la gran suerte de encontrarnos con **Isabel Vázquez Gómez**, la antigua titular, que desde la compra fue un gran apoyo y consejera sobre el funcionamiento y operativa de la farmacia y pudimos hacer un traspaso cordial y muy ameno", señala. Andrea Domínguez viene de la industria farmacéutica, del campo del marketing y las ventas; mientras que Sindo Fernández del mundo de los libros, así que tenían "muy poca experiencia, pero muchas ganas de iniciar este nuevo proyecto juntos".

¿Cuál es su modelo de farmacia ideal? "Más allá de características sobre ordenación farmacéutica, propiedad/titularidad, modelo de gestión y funcionamiento global de la farmacia que necesitaríamos para debatir la revista entera; la farmacia ideal sería la que está integrada totalmente dentro del sistema sanitario", responde. Es un modelo que les permita, por un lado, "un único sistema integrado de información compartida entre médicos/farmacéuticos y farmacéuticos/farmacéuticos que nos posibilite

establecer objetivos terapéuticos conjuntos" y, por otro lado, "una vía de comunicación entre todos los profesionales del sistema que facilite resolver problemas relacionados con la medicación y mejorar indicadores de eficiencia, satisfacción del paciente y accesibilidad".

Sostiene que "vamos por buen camino". "Tenemos puestas todas las esperanzas en el programa Nodofarma para poder compartir información con el resto de las farmacias a nivel nacional, realizar seguimiento de los servicios profesionales que se estén desarrollando en un paciente e, inclusive, registrar resultados en salud obtenidos desde nuestra intervención", manifiesta.

El proceso de compraventa

Profundizamos con Domínguez González en su proceso de compraventa. "Contactamos vía correo electrónico con FarmaQuatrium por recomendación de una compañera. Ese mismo día nos llamó **Diego Quintela**, asesor patrimonial, para concertar una primera cita en Vigo y así empezó todo". En esa primera cita definieron la farmacia que buscaban, resolvieron dudas sobre el procedimiento, valoraron la viabilidad de

"NO SE TRATA SÓLO DE CONSEGUIR LA VENTA DE UN PRODUCTO, QUE TAMBIÉN ES IMPORTANTE, SINO MÁS BIEN DE EMPATIZAR"



el farmacéutico

la idea que tenían y establecieron “la conexión” de confianza que se necesita para un proceso de este tipo.

Después vinieron las propuestas de farmacia que les ofrecían, las visitas a esas farmacias, los nervios, las dudas y el gran momento que es decidirse “por una y apostar al 100% para conseguirla”. Comenta que en todo momento tuvieron la ayuda de **Gustavo Castro**, *director financiero de FarmaQuatrium*, para resolver todo de “una manera rápida y práctica”.

“Para nosotros FarmaQuatrium fue un partner fundamental del proceso; de todo el equipo obtuvimos una gran profesionalidad, agilidad, eficiencia y un trato muy cercano. Nos sentimos como en casa”, afirma. Además de los servicios tradicionales de la botica, como por ejemplo atención farmacéutica, tensión, análisis de colesterol o glucosa, entre otros, y en su afán de aportar valor a sus pacientes, durante los últimos años han apostado por el servicio de SPD (sistema personalizado de dosificación). “Porque entendemos que es la forma de personalizar nuestro consejo farmacéutico y un servicio de formación/información que hemos denominado Espacio Salud, que básicamente son reuniones presenciales con nuestros pacientes sobre diferentes tópicos de salud con el objetivo de empoderarlos y mejorar su relación con su enfermedad”, justifica. Asimismo, un segmento del mercado que están trabajando con más fuerza es la ortopedia. “Nos dimos cuenta de que el concepto de ortopedia va muy ligado a la farmacia que queremos tener, enfocada en las necesidades de los pacientes, en prevención y en mejorar la calidad de vida”, expone. Era un segmento que no estaban tomando mucho

en cuenta hasta que vieron la necesidad en sus clientes cuando les comentaban “tengo a mi padre encamado”, “mi madre tiene problemas de movilidad” o “con el pádel empiezo a tener dolores en el codo”.

Lo que deja claro es que “consejo farmacéutico sí o sí”, que es un valor dentro de su farmacia “no negociable con el equipo”. Defiende que, cada vez que reciben la visita de un paciente, tienen que estar dispuestos a transmitir sus conocimientos para ayudarle a resolver un problema de salud, evitar o paliar un efecto adverso, mejorar su calidad de vida y aumentar su confianza con ellos. Destaca que “no se trata sólo de conseguir la venta de un producto, que también es importante, sino más bien de empatizar”. Igualmente, de diferenciarse como profesionales sanitarios, de cumplir con su eslogan que es *Cuidamos de ti*, de aportar valor en la cadena, de retarse en conocimiento, de hacer más “divertido” su día a día en mostrador.

Un rol que está cambiando

Le cuestionamos por el momento en el que se encuentra la farmacia asistencial. “El rol de la farmacia asistencial está cambiando y nuestra lucha por reivindicar nuestra posición como sanitarios e integrarnos sí o sí dentro de la cadena sanitaria es más fuerte”, analiza. Piensa que, ahora mismo, siguen consolidando su tarea asistencial con la dispensación con consejo farmacéutico, reforzando la adherencia y haciendo seguimiento terapéutico. No obstante, puntualiza que también lo hacen buscando su “integración real dentro del sistema pasando por el acceso a la historia clínica y la comunicación directa



“PARA NOSOTROS FARMAQUATRIUM FUE UN PARTNER FUNDAMENTAL DEL PROCESO, DE TODO EL EQUIPO OBTUVIMOS UNA GRAN PROFESIONALIDAD”

con el médico”, “potenciando los servicios farmacéuticos ya sean de diagnóstico/seguimiento básicos o relacionados con la dispensación” y “haciendo uso de tecnologías que nos ayuden a maximizar nuestro potencial de asistencia”.

De la crisis sanitaria provocada por el Covid-19, Domínguez González cree que ha ayudado a poner en valor la profesión de cara a los pacientes y a las administraciones: “Durante meses, fuimos capaces de resolver síntomas menores con indicación farmacéutica como solución al cierre de centros de Salud, orientación y consejo farmacéutico frente a todas las dudas Covid-19, renovación de recetas a través de los FAP para garantizar el acceso al tratamiento, procedimientos excepcionales de dispensación de Hidroxicloroquina, dispensación y atención farmacéutica domiciliaria, etcétera. Demostramos que la farmacia comunitaria desempeña un rol importante para el sistema y que integrados dentro de la estructura asistencial maximizamos los resultados en salud para la población”.

Respecto a la estrategia de vacunación del Covid-19, apunta que, como profesionales sanitarios que están “en primera línea de asistencia”, los farmacéuticos tienen la oportunidad de “informar a los pacientes sobre la necesidad de la vacunación, la población diana, las dosis necesarias y plazos”. Del mismo modo, “de formar parte activa del sistema de farmacovigilancia y seguimiento de todo el proceso”. Recuerda que son los profesionales que generan más confianza en la población, los más accesibles del sistema y que han demostrado desde marzo 2020 “compromiso, preparación técnico-científica y capacidad de aunar esfuerzos”. +



Andrea Domínguez



Los clientes buscan eficacia y seguridad

¿Ha notado algún cambio o evolución en las preferencias de los consumidores de la farmacia en los últimos tiempos? ¿Cuáles son los productos que más se consumen al margen de los medicamentos con receta? Andrea Domínguez González indica que, cada vez más, “los consumidores de la farmacia buscan una buena experiencia de compra”. Lo que los expertos denominan el efecto WOW! Es decir, es un cliente que está preocupado por su salud, que se cuida, tiene sensibilidad social, conoce las tendencias, pero al mismo tiempo es muy receptivo al consejo farmacéutico y a la valoración final del equipo de la farmacia. “Es un consumidor que nos exige más formación y comunicación, surtido en todas las categorías según las últimas innovaciones y servicios complementarios para mejorar el proceso de compra”, confirma. Subraya el incremento de productos dermocosméticos, nutricionales y productos relacionados con el deporte y el bienestar.

Cuestionada por si ha percibido el alza de la apuesta de los clientes de su farmacia por laboratorios gallegos y españoles en los segmentos de Health Care, dice que “los clientes buscan eficacia y seguridad” y que, “si además es un producto Made in Spain o gallego, se llevan una sonrisa para casa”. Desde su farmacia apuestan por el producto local, por lo feito na casa, como dirían en Galicia. En ese sentido, “Laboratorios Ozoaqua es un ejemplo de marca gallega de innovación y eficacia que recomendamos muchísimo en mostrador para el cuidado diario de la piel por sus buenos resultados y porque es una línea completa con soluciones para diversas patologías o alteraciones cutáneas”.