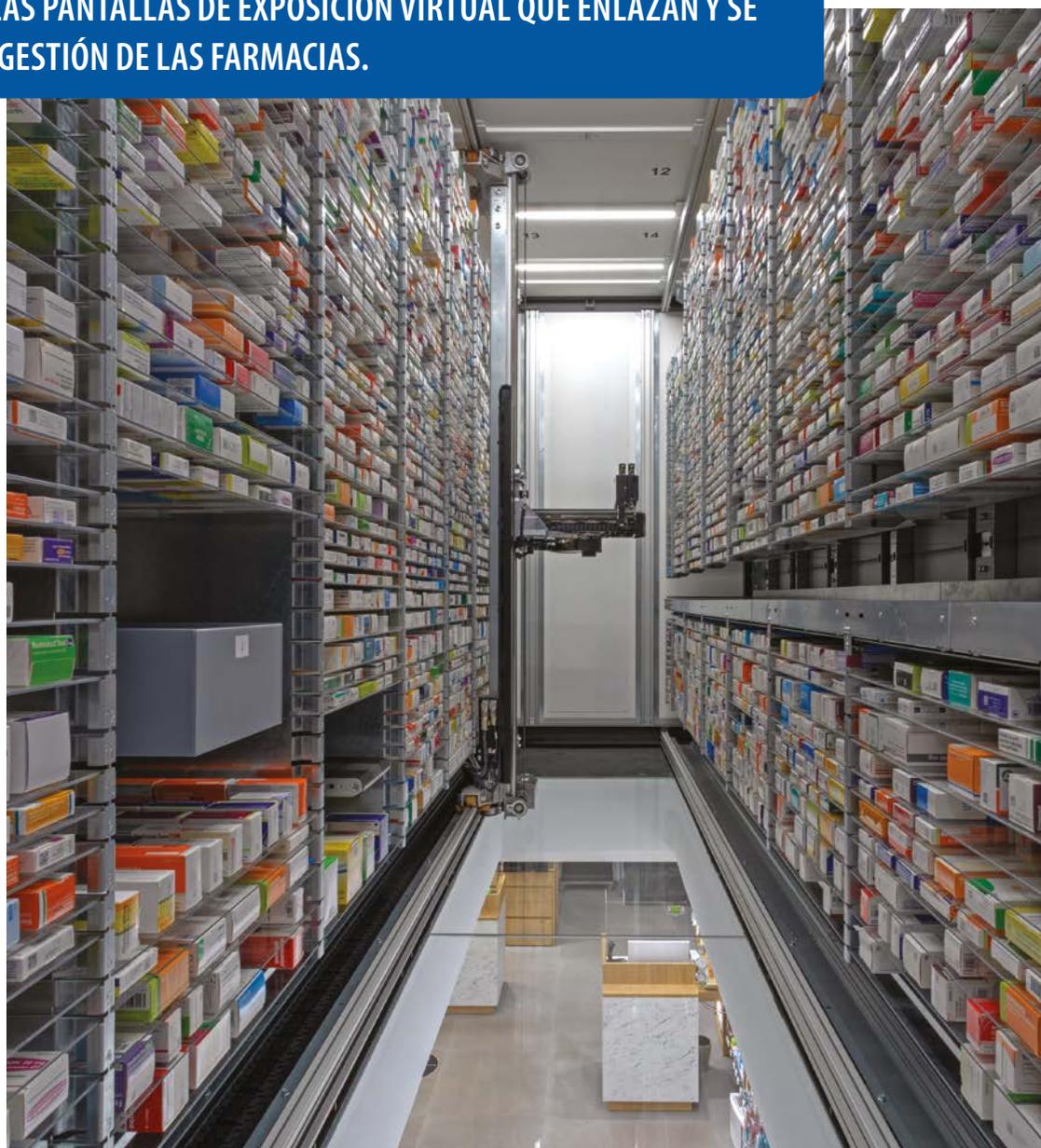


Las novedades de BD Rowa son ventajosas para los farmacéuticos y para el consumidor final

EN BD ROWA DESTACAN DE ESTE AÑO EL TIPO DE SOLUCIÓN QUE HA COMENZADO A DEMANDARSE, CON MÁS PRESENCIA DE ACCESORIOS Y SOLUCIONES COMPLETAS PARA EL 'CUSTOMER JOURNEY' DEL PACIENTE DE FARMACIA, COMO LAS PANTALLAS DE EXPOSICIÓN VIRTUAL QUE ENLAZAN Y SE INTEGRAN CON LOS PROGRAMAS DE GESTIÓN DE LAS FARMACIAS.

El último ha sido un año de retos y de adaptación a muchos cambios que se han producido para casi todas las empresas. **Eduardo Ortiz**, director comercial de BD Rowa para España y Portugal, señala que han realizado consultorías y visitas virtuales y han adaptado protocolos para que su actividad y la seguridad de sus clientes y empleados se viera afectada lo mínimo posible. Se han producido también muchos cambios en las farmacias. No sólo aumento del trabajo, sino de la forma de trabajar. *"Desde la necesidad de atender a más clientes en determinadas zonas a las medidas internas de seguridad entre el equipo de la farmacia"*, cita. *"Muchos farmacéuticos clientes nos han trasladado la gran ventaja de haber contado con un sistema como el nuestro, ya que las bajas, que por desgracia han sufrido muchos equipos, han sido menos tediosas gracias a los sistemas robóticos"*, declara. Asimismo, apunta que ha habido un cambio de hábitos por parte de los clientes de la farmacia.

Desde que comenzó la pandemia, BD Rowa ha elaborado estudios de consumidores que dieran las claves para adelantarse a las necesidades que iban surgiendo en las farmacias. De esta forma, están seguros de que las soluciones y novedades que este año presentan y las



que vendrán en breve "serán no solo ventajosas para los farmacéuticos, sino que también lo serán para el consumidor final", que en definitiva es el foco en el que se centran sus clientes.

"2020 ha sido el año en el que hemos celebrado la fabricación de nuestro robot 10.000 en el mundo", expone. Es un hito del que están especialmente orgullosos, ya que esto les coloca en "un lugar privilegiado en cuanto a fiabilidad de producto, solidez de empresa" y, sobre todo, demuestra la "confianza" en su marca en todo el mundo. España ha sido siempre de los países pioneros en la automatización junto con otros como Alemania, Italia o Francia.

Durante 2020, y a pesar de las circunstancias, en BD Rowa no han dejado de cumplir con su actividad. "Ha sido un año muy fructífero en cuanto a número de instalaciones se refiere y muchas de ellas se han realizado en condiciones muy difíciles, teniendo en cuenta lo que suponía viajar, alojar a un equipo de instaladores, las comidas y cenas en lugares con la actividad hostelera totalmente cerrada, etcétera", afirma Ortiz. Destaca de este año el tipo de solución que ha comenzado a demandarse, "con más presencia de accesorios y soluciones completas para el 'customer journey' del paciente de farmacia, como las pantallas de exposición virtual que enlazan y se integran con los programas de gestión de las farmacias".

I+D, una constante

En BD Rowa, la inversión en I+D es una constante. "Siempre estamos en continua evolución de nuestros sistemas. Hace ya unos años que nuestro sistema de picking ha cambiado aportando aún mayor velocidad a la dispensación y almacenamiento. Obviamente, también hemos puesto nuestro foco en la sostenibilidad, como demuestra la eficiencia energética de nuestras soluciones", sostiene Ortiz. Sus robots se adaptan a cualquier espacio y siempre ofrecen la mejor solución que consiga adaptarse a las necesidades de la farmacia. Su equipo, de más de 65 personas en plantilla, está formado por técnicos profesionales, instaladores, asesores comerciales y, además, cuenta con un departamento dedicado al diseño de proyectos para aportar la solución más eficiente y eficaz para la farmacia.

En este último año, han trabajado en una solución muy innovadora que permite a la farmacia satisfacer las nuevas tendencias de compra de sus clientes y posicionarse como una farmacia 24h para productos de venta libre, independientemente del horario de apertura de la misma. Han llevado a cabo un trabajo de colaboración con "otras compañías líderes en sistemas de venta online" y están "lanzando una solución revolucionaria en el mercado", como hicieron en 2003, cuando instalaron el primer robot para farmacia en España.

"Una vez más, en BD Rowa nos adelantamos al futuro y apostamos por la innovación para poner la tecnología al servicio de las personas y, con ello, la implantación de nuevas soluciones para las farmacias", certifica.

Las posibilidades que supone un robot para mejorar los flujos de trabajo en la farmacia son múltiples, pero depende de las necesidades de cada farmacia y sus circunstancias para que se saque todo el potencial que puede ofrecer la robotización. Algunas de ellas son "incremento de ventas" y "reducción de stock", no sólo con robot sino también con las exposiciones digitales Vmotion. Otras ventajas son "ofrecer nuevas tendencias de compra a pacientes que se han potenciado con la situación de pandemia". Las soluciones de automatización y digitalización de BD Rowa sin duda ayudan al farmacéutico a fidelizar, junto con su asesoramiento al paciente, a todos aquellos que, con los nuevos hábitos de compra, se identifican con la tecnología que la farmacia pone a su disposición para acceder a productos de venta libre, experimentando una nueva experiencia de compra.

En su portfolio hay muchos modelos de robots, "desde los modelos



Eduardo Ortiz

estandarizados y probados para farmacias más pequeñas en espacio o facturación hasta soluciones para mayoristas". "Cada farmacia es diferente y nosotros buscamos la solución más acorde a cada una", dice. Sus componentes son de última generación, con la calidad y fiabilidad que supone la tecnología alemana. Además, cuentan con un parque de instalaciones en el mundo tan amplio que les aporta la experiencia de ser una tecnología ampliamente probada.

Sus robots gestionan, tanto para la entrada de productos como para su dispensación, múltiples envases, proporcionando de esta forma mayor rapidez en el proceso. Esta tecnología también la han llevado a sus sistemas de transporte, consiguiendo más agilidad y la gestión de distintos envases en el mismo sistema de transporte. No obstante, y a pesar de que el robot es el corazón de la farmacia y de la automatización y optimización de sus procesos, en BD Rowa trabajan en la solución e integración global del customer journey de la farmacia. "Nuestras novedosas soluciones combinan el potencial del robot con soluciones digitales integradas y potenciamos la creciente demanda en e-commerce que el cambio de hábitos ha generado igualmente en las farmacias", comunica. En breve, anunciarán la posibilidad de compras de productos de venta libre en remoto y su dispensación desatendida las 24 horas del día o el pago desatendido enlazado con sistemas antihurto.

Desarrollaron un estudio el año pasado sobre el impacto de la automatización en las farmacias robotizadas por BD Rowa, comparándolas con farmacias "gemelas" que no tenían un robot en el almacén. Según Ortiz, los resultados fueron "muy interesantes" en cuanto a crecimiento y aumento de las ventas, pero también pudieron comprobar en este estudio "la realidad del tiempo en que se conseguía la amortización, que se situaba en poco más de dos años".

¿Con qué tipo de formación al equipo de la farmacia acompañan sus robots? "En BD Rowa, acompañamos al equipo de la farmacia desde el primer contacto, y le damos especial valor a mantener nuestro acompañamiento a la finalización de la instalación del robot, momento en el que se debe llevar a la práctica la optimización de procesos y se produce una mejora continua en la gestión. Nosotros tenemos recursos propios con experiencia y conocimiento profundo en el funcionamiento de una farmacia y que están dedicados al asesoramiento y formación", contesta. Su personal de Customer Care siempre acompaña al equipo en los primeros pasos de la robotización. De todas formas, sus sistemas son intuitivos y de fácil manejo, así que no suponen un problema a la hora de enfrentarse a esta nueva forma de trabajo. Por otro lado, ofrecen formaciones adicionales sobre otras tecnologías presentes en otros ámbitos del Customer Journey de la farmacia. +