

“La robotización en la farmacia más que una opción, es una necesidad”



DESDE QUE ABRIERA SUS PUERTAS EN 1964, LA FARMACIA ESTÉBANEZ DEL MUNICIPIO DE PORTUGALETE NO HA DEJADO DE CRECER. SU APUESTA POR LA INNOVACIÓN HA PERMITIDO QUE LA BOTICA DE ESCASOS 45 METROS SE HAYA CONVERTIDO EN UN AUTÉNTICO ESPACIO DE SALUD FORMADO POR UN TOTAL DE 350 METROS DISTRIBUIDOS EN TRES PISOS COMUNICADOS ENTRE SÍ POR UN ASCENSOR. RECIENTEMENTE HAN LLEVADO A CABO SU ÚLTIMA MODERNIZACIÓN CON LA INSTALACIÓN DE UN ROBOT PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS, Y EL REDISEÑO DE LOGOS Y DEMÁS ELEMENTOS ESTÉTICOS.

En el municipio de Portugalete (Vizcaya), **Rosa Estébanez** ha hecho realidad su sueño: modernizar su farmacia hasta convertirla en un espacio exclusivo dedicado íntegramente al cuidado de la salud. Desde que fuera adquirida por su padre hace ya más de 50 años, la botica Estébanez ha experimentado diversas etapas, siempre con el objetivo último de mejorar la atención al cliente. *"He sentido la farmacia desde mi niñez, son muchos los sentimientos asociados a esta botica. Recuerdo que al principio se constituyó*

con un pequeño local de escasamente 45 metros y a lo largo de los años hemos ido haciendo ampliaciones, reformas y adquisiciones de locales, hasta llegar a lo que es hoy en día", asegura esta veterana farmacéutica.

Rosa es ya la cuarta generación de farmacéuticos en un relevo generacional de padres a hijos. *"La farmacia siempre ha sido de carácter familiar. Aunque venimos de una tradición de farmacéuticos –mi primer antepasado se remonta a 1810–, fue mi padre quien decidió abrir esta farmacia sobre el año 1964; hace 13 años recogí yo el testigo. Son muchos los sentimientos y los recuerdos que me retrotraen a mi infancia"*.

Modernización

Las transformaciones han sido muchas, como también los cambios de la sociedad. Así, el modelo de farmacia ha evolucionado desde un diseño destinado casi exclusivamente a la dispensación de medicamentos, hasta el espacio multifuncional actual que incorpora las nuevas tecnologías como la robotización y la electrónica. *"Mi farmacia ha experimentado distintas fases. Una primera etapa en la que todo eran proyectos y pensamientos. Se empezó con un local escaso de 50 metros y se amplió con un piso elevado donde se incorporó el almacén, el laboratorio y los despachos. Más tarde, se realizó la primera ampliación convirtiéndose en un local de venta de más de 80 metros; y la última etapa, que para mí ha sido la más especial, es la reforma que hemos acometido en 2017"*.

Sin embargo y, a pesar de todos estos cambios, la farmacia Estébanez aún conserva el gusto por lo tradicional, el respeto por lo antiguo y la esencia de la tradición familiar. *"Hemos querido combinar ambos conceptos, modernidad y tradición; porque si hay una cosa que nunca*

debemos perder de vista es la esencia heredada. De manera que esta adaptación de la farmacia a los nuevos dinamismos de la sociedad que implica tanto el aspecto estético –con el rediseño del logo– como el aspecto tecnológico –con la instalación de un robot para la optimización de recursos– tiene un mismo fin: impulsar la cercanía al cliente-paciente".

Tecnologías digitales

Además de todos estos cambios, la farmacia también se ha adaptado a las nuevas formas de comunicación con la incorporación de planes estratégicos relativos al uso de las redes sociales. *"Hay que estar actualizado, de manera que, junto a la integración de nuevos servicios como la sección de ortopedia, también hemos realizado una apuesta decidida por la comunicación online con la elaboración de un plan estratégico para este tipo de plataformas"*. La clave del éxito está en saber congeniar el avance hacia el progreso y hacia las tendencias actuales de modernización, con la herencia familiar. *"Hemos logrado algo que parecía, en un principio, difícil: conservar la tradición de varias generaciones dedicadas a la vocación farmacéutica en un espacio moderno totalmente adaptado a las nuevas exigencias del mercado y, sobre todo, configurado para dar respuesta a las demandas del cliente"*.

Espacio multifuncional

El espacio actual ocupa un total de 350 metros distribuidos de la siguiente manera: en la planta inferior se encuentra el almacén general, el robot para dispensación de medicamentos, los baños, los vestuarios y una sala de reuniones donde se realizan cursos de formación tanto para los propios empleados



como para las charlas-coloquios a los clientes en relación a temas de actualidad; la planta del medio está destinada a la farmacia como tal, con la dispensación y atención personalizada a los clientes; y la primera planta está adaptada para la sección de ortopedia, el servicio de nutrición y de dietética, el tratamiento capilar, el laboratorio y los despachos. *“Si tuviera que elegir un lugar preferido en la farmacia elegiría, sin duda, el laboratorio. Es en este espacio es donde me siento más identificada, me siento feliz y realizada”.*

A la hora de materializar el proyecto en beneficios, *“hemos podido comprobar que, más que el ticket medio –que indudablemente ha aumentado a raíz de las reformas–, lo que ha mejorado significativamente ha sido el servicio al cliente, nuestra interacción con ellos y, sobre todo, se ha potenciado la relación de cercanía. Esto es muy importante en los tiempos actuales en los que el cliente es el protagonista, todo lo que hacemos es por y para él”.*

Robotización

La obra realizada por Espaciofarma del Grupo Cofares comportaba también la instalación de un robot de la empresa Luse Ingeniería de Vizcaya. *“Creemos que la robotización en la farmacia más que una opción es una necesidad, ya que nos permite atender mejor al cliente, además*

nos ayuda a tener el stock controlado en todo momento, las caducidades de los medicamentos, conseguir una dispensación más efectiva, etc. En pocas palabras, nos facilita el trabajo obteniendo dos beneficios fundamentales: rendimiento y relación con el paciente”.

Esto sin olvidar el servicio asistencial como elemento imprescindible de la farmacia, y la atención personalizada como aspecto diferenciador. *“Procuramos ofrecer un trato personalizado a cada uno de nuestros clientes sin estandarizarlos ni verlos únicamente como una oportunidad de venta. Por el contrario, nos gusta tratar al cliente de tú a tú, ofrecerle esa atención personalizada que se merece, ganándonos su confianza, respeto y especialmente identificándonos como referente sanitario a*

pie de calle”. En definitiva, impulsar el consejo farmacéutico como el máximo exponente de esta vocación milenaria.

Multiplicidad de servicios

En cuanto a las secciones ofertadas, la Farmacia Estébanez ha introducido nuevos servicios como pueden ser la nutrición y la dietética, el tratamiento capilar, el servicio de analítica, los SPD, los tratamientos de metadona y el apartado de ortopedia –éste último como respuesta a las demandas de una sociedad cada vez más envejecida–. *“Estamos*

**“ES MUY IMPORTANTE
PROVEERNOS DE
CUANTOS SERVICIOS
REQUIERA EL USUARIO
MÁS QUE COMO
NEGOCIO COMO
AYUDA O ATENCIÓN AL
PACIENTE”**



Rosa Estébanez y su equipo



**“LA ROBOTIZACIÓN NOS
APORTA DOS BENEFICIOS
FUNDAMENTALES: RENDIMIENTO Y
RELACIÓN CON EL PACIENTE”**

el farmacéutico

convencidos de que es muy importante proveernos de cuantos servicios requiera el usuario, más que como negocio, como ayuda o atención al paciente”, afirma Rosa, y prosigue: “En nuestra farmacia queremos cubrir todas las necesidades que tengan nuestros clientes, por eso ofrecemos prácticamente todos los servicios que existen en la actualidad y, aparte, estamos en constante evolución para los nuevos servicios que puedan implantarse en el futuro”.

La idea del espíritu emprendedor donde prime la inversión I+D+i es la guía de este proyecto que, sin duda, ya está obteniendo sus primeros frutos. “Queremos convertirnos en un referente en salud y para ello no escatimamos en esfuerzos”. En esta línea, se apuesta por el trato personal y por ofrecer un servicio basado en la profesionalidad. “En definitiva, se trata de que nos vean como un servicio sanitario con experiencia, calidad y sobre todo de confianza”.



“CONSIDERAMOS QUE LA FARMACIA TIENE QUE CAMINAR TECNOLÓGICAMENTE HACIA EL MUNDO 2.0”



Redes sociales

En cuanto al uso de internet y la incorporación de las nuevas tecnologías a la farmacia “el mundo digital y las redes sociales son ya una realidad con la que debemos trabajar y, especialmente, aprender a convivir todo el sector farmacéutico. Los clientes cada día son más exigentes y buscan información en internet. Tenemos que ser capaces de dar respuesta a estas demandas con la máxima eficacia posible. Por eso nuestra formación en todos los campos debe de ser también continua y acorde con los nuevos tiempos”. La Farmacia Estébanez realiza constantes acciones en distintas redes sociales (Facebook, Twitter y Google+) configuradas no como canales de venta, sino como portales de información y atención al cliente. “En las redes sociales publicamos noticias de salud, médicas y farmacéuticas, además del lanzamiento de nuevos productos de laboratorios. Desde la pá-

gina web ofrecemos descripciones de servicios que prestamos, así como una tienda online para adquirir productos a través de la red. También colaboramos con varios blogs donde desarrollamos temas sanitarios de actualidad”.

Espíritu emprendedor

En definitiva, una filosofía que apuesta por la utilización de las plataformas digitales como una oportunidad más para comunicarse con el usuario. “Consideramos que la farmacia tiene que caminar tecnológicamente hacia el mundo 2.0 e incluso 3.0”, advierte Rosa, y para concluir: “Se trata de un elemento fundamental en nuestra sociedad no como canal de venta, sino como una comunicación bicanal farmacéutico-usuario”. Pero, para ello, es necesario establecer un nuevo modelo de negocio basado en las transformaciones que está experimentando la

sociedad, y en la adaptación a los nuevos escenarios digitales. “Nuestro futuro como farmacia se basa en modificar el esquema de negocio adecuándonos a los avances actuales y sobre todo teniendo como identificativo la atención al cliente, algo que a lo largo de la historia de la farmacia ha sido nuestra seña de identidad”. De esta manera, la farmacia se convierte en un centro especializado en el autocuidado representado por especialistas que prestan una atención personalizada fundamentada en la experiencia y la profesionalidad. “Todos estos cambios no son fruto del azar, sino que son el resultado de una experiencia dilatada en el tiempo que nos ha llevado a unos valores fundamentales: el trato personal con el cliente, la valoración de nuestro trabajo, la calidad de nuestros productos y, especialmente, el consejo farmacéutico”.+