ÓSCAR LÓPEZ, DIRECTOR DE INFARMA 2018.

"Lo fundamental de Infarma es conseguir dos o tres ideas para aplicar en la farmacia"

INFARMA MADRID 2018 PRESENTA NUEVOS RETOS PARA ÓSCAR LÓPEZ, VOCAL DE TITULARES DE OFICINA DE FARMACIA DEL COLEGIO OFICIAL DE FARMACÉUTICOS DE MADRID, QUE, DE NUEVO, VOLVERÁ A OCUPARSE DE LA DIRECCIÓN DE ESTE ENCUENTRO EUROPEO DE FARMACIA QUE INTEGRA EL CONGRESO EUROPEO DE OFICINA DE FARMACIA Y EL SALÓN DE MEDICAMENTOS Y PARAFARMACIA. SERÁN TRES DÍAS DE ACTIVIDAD FRENÉTICA QUE TENDRÁN COMO OBJETIVO OFRECER EXPERIENCIAS QUE PERMITAN A LOS PROFESIONALES FARMACÉUTICOS IMPLANTAR NUEVAS IDEAS EN SU OFICINA DE FARMACIA.

Un año más se encuentra usted al frente de la dirección de Infarma. ¿Cuáles son los retos y prioridades que se ha fijado para este Infarma Madrid 2018?

El COF de Madrid y el de Barcelona somos socios y todos vamos remando en la misma dirección. Lo primero es intentar mantener esa expectación y esos resultados que se van consiguiendo año tras año. Siempre hay ahí un pequeño alfilercillo que te pincha. Es decir: "A ver si logramos mejorar un poco la edición anterior, tanto en contenidos como en asistencia y en calidad y satisfacción de los expositores". [En 2017, 30.457 personas pasaron por la feria y el congreso (14.179 farmacéuticos, 13.461 profesionales entre auxiliares, industria, servicios y otros y 2.817 congresistas) y hubo 486 expositores en 30.000 metros cuadrados de salón y 9.000 metros cuadrados de congreso]. No hay que olvidar que tenemos una faceta profesional y científica y otra faceta comercial.

De hecho, este año hay un pabellón más que en 2016.

Exactamente. No quiero ser triunfalista; pero, por lo menos, aspiramos a poder aportar esa mejora o mantener ese nivel.

Como en años anteriores, una de las características de este encuentro serán las novedades que los visitantes se pueden encontrar. En este sentido, ¿qué resaltaría de Infarma Madrid 2018?

Hay bastante fidelidad en lo que a expositores se refiere. Hemos tratado de conseguir empresas fuertes, de alto nivel y que aporten calidad. No en sí por lo que pueda ser la imagen del Congreso sino por lo que los visitantes, los congresistas, reciban de estas empresas en temas de innovación y de nuevas propuestas de servicios. Nos hemos concentrado bastante en eso.

Infarma Madrid 2018 girará alrededor de tres bloques: Gestión, Profesión y Tecnología. ¿Por qué se han fijado estos tres ejes programáticos?

Hemos vivido, como sociedad, unos tiempos duros de crisis y hemos visto que son los tres ejes fundamentales de la Oficina de Farmacia. Si no gestionas bien, si no lideras bien una Oficina de Farmacia, con

su parte empresarial, los peligros son muy importantes. ¿La parte profesional? Porque se ha demostrado que el paciente, el cliente, que visita la Oficina de Farmacia demanda de nosotros, como profesionales, una asistencia, un consejo, unas recomendaciones. No busca sólo un canal que compita en precios y ofertas. ¿El tema tecnológico? Está ahí, está creciendo exponencialmente. No nos podemos olvidar de ello.

Vamos a una farmacia cada vez más tecnológica.

Totalmente. Por ejemplo, trataremos de impulsar en una de las áreas que tenemos lo que es la comunicación entre Colegio y farmacias con la herramienta FarmaCHAT, que pretende asistencia técnica online y directa desde los colegios a las farmacias. Queremos que eso no sólo se conozca, sino que se expanda muchísimo. Y hay muchos ejemplos así.

¿Cantidad o calidad?

La cantidad es fundamental porque, si no se consiguen unos objetivos cuantitativos, no podría existir Infarma. Eso sí, tenemos que ofrecer contenidos, en general, de calidad. Es algo que se refleja en el sector. La cantidad es necesaria. Si no tenemos una cantidad determinada de clientes, de cifras, en nuestras farmacias, no son viables. Sólo en la Comunidad de Madrid, hay cerca de 100 farmacias de Viabilidad Económica Comprometida. Si queremos sobrevivir, competir con otros canales, en otros productos, con otros profesionales, que en un momento determinado ofrecen asistencia sanitaria, tenemos que ir por la calidad. Diferenciarnos en ese aspecto. Desde Infarma, queremos proporcionar esas herramientas, que el farmacéutico pueda conocerlas.

Las Aulas de Formación se convertirán en altavoz de diferentes secciones en Oficina de Farmacia: Dermocosmética, Optica, Ortopedia, Formulación Magistral, Alimentación y Nutrición, etcétera. ¿Es importante que el farmacéutico se actualice en todos aquellos aspectos relacionados con la profesión?

Es fundamental. No todas las farmacias disponemos de esas secciones. Cuando hablamos de cómo mejorar, de cómo tratar de expandir nuestras farmacias, a veces no tenemos que tratar de descubrir grandes historias. Tenemos que formarnos en las secciones. En general, tenemos una clientela bastante fiel. En muchos casos, con una edad media bastante avanzada y, por ello, demanda ortopedia u óptica. Debemos profundizar en todo esto.

¿Hay que definir más los aspectos empresariales?

En estos años, lo hemos visto. Si no disponemos de una gestión eficiente y eficaz, muchas farmacias pueden peligrar. Eso ya no es querer expandirse. Lo primero que uno tiene que analizar es la viabilidad. Utilizando herramientas de gestión; económica, de marketing, comercial, etcétera. Ha pasado a ser un punto fundamental, especialmente en el titular, pero también en el equipo. A nivel de Recursos Humanos, si no hago una buena gestión, mal lo voy a tener por muy buen profesional asistencial que yo tenga en mi farmacia. Como se verá en el programa, hay bastante oferta de ese tipo de opciones.

¿Qué se podrán encontrar los profesionales que acudan a Infarma Madrid 2018 en Exponews?

Es un área que comenzó el año pasado, en Barcelona. En las conferencias, siempre habíamos tratado de ser muy asépticos a la hora de hablar de productos. A veces, nos encontrábamos con la pega de que novedades que están muy vinculadas a empresas no se comunicaban todo lo bien que debería. Con Exponews, buscamos, manteniendo cierto rigor, que el farmacéutico que acude se entere de novedades a nivel de productos y de corrientes. Por ejemplo, le podría hablar de la cosmética bio, que es una línea por la que muchas empresas están apostando. Y se puede informar más en directo de este tipo de novedades.

Con esto, queda claro que los farmacéuticos están siguiendo las tendencias del mercado.

Tenemos que seguir las tendencias e innovar. Es decir, ofrecer necesidades nuevas para diferenciarnos, para que nuestros clientes puedan conocerlas.

Infarma reúne a todos los agentes implicados en la cadena del medicamento: laboratorios, distribuidores, farmacéuticos, etcétera. Si no existiese este espacio de relación, ¿habría que inventarlo?

Creo que sí. La distribución, lejos de ser un modelo superado, cada vez está más vigente. El comercio electrónico, ahora mismo, está tratando de poner el producto en el destinatario de una forma eficaz. Estoy convencido de que nuestra distribución, en ese aspecto, no va a ser superada nunca. ¿Qué cadena hay actualmente que pueda llevar el producto en dos o tres horas a cualquier población española? Es fundamental que la cadena del medicamento se siga apreciando con el valor que tiene. Y no que lo demos todo por asumido. A veces, lo asumido se deja de percibir como que aporta un valor en la cadena. Es fundamental que eso se conozca. Además, la relación entre todos los eslabones es básica.

Amazon lo está intentando.

No quería dar nombres. Hay determinados agentes que están detrás de comernos terreno. La cadena de 22.000 farmacias que hay en España es algo potentísimo. Hay farmacias en poblaciones pequeñas que son dirigidas sólo por su titular. Supone un gran valor para la población. ¡Vamos a seguir, y a mejorar!

Como resumen, ¿qué cree que esperan los farmacéuticos de Infarma Madrid 2018?

La sensación del farmacéutico que asiste a Infarma debe ser la de llevarse una serie de objetivos, dos o tres, que pueda aplicar a su farmacia. A veces, la oferta es muy amplia y, cuando tú asistes como farmacéutico titular de una Oficina de Farmacia, no todo es interesante para ti. Lo fundamental es tratar de conseguir dos o tres ideas, dos o tres proyectos, que puedas aplicar en tu farmacia.

Después de meses de trabajo, ¿qué sensación espera tener el 16 de marzo, el día después de Infarma Madrid 2018?

Lo primero, relajarnos y quitarnos toda esta tensión que hemos tenido durante tantos meses, la de intentar hacer un trabajo lo mejor posible. Espero que esa oferta que se pone encima de la mesa sea satisfactoria para los visitantes y para los congresistas. ✚