

CARMEN TORRES VILA, FARMACÉUTICA AUTORA DEL VÍDEOBLOG FARMALISTA

“A muchos farmacéuticos les ha costado convencerse de que la nuestra no es una época de cambios, sino un cambio de época”



EN OPINIÓN DE ESTA EXPERTA EN SALUD Y AUTOCUIDADO, LA FARMACIA EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS, HA EVOLUCIONADO INTENTANDO ADAPTARSE AL ENTORNO, PERO A MUJ BAJA VELOCIDAD. AFIRMA QUE EMPIEZA A HABER UN CAMBIO DE MENTALIDAD, UNA MAYOR ORIENTACIÓN A LA EXPERIENCIA DEL PACIENTE EN LA FARMACIA.

Se declara una enamorada de la innovación, en producto y en retail, y su apuesta por la conexión con los demás le ha llevado a tener una farmacia y un blog. **Carmen Torres Vila** señala que hoy en día “hay mucho más interés en técnicas de comercio minorista, por la competencia que han supuesto las ventas online, pero en general a muchos farmacéuticos les ha costado convencerse de que la nuestra no es una época de cambios, sino un cambio de época. En estos últimos 10 años los farmacéuticos se han preocupado de adquirir más y mejores habilidades de gestión, de forma que el establecimiento se ha profesionalizado mucho. Sin embargo queda mucho aún por hacer, por ejemplo, en digitalización y en servicio post-dispensación o postventa, en acompañar al paciente una vez ha salido del establecimiento, estar junto a él cuando le surgen dudas en casa sobre como utilizar la medicación o dispositivo médico, etc.”

Esta farmacéutica destaca, además, que la industria ha evolucionado también ofreciendo a la farmacia más formación que nunca, no sólo en patologías, y productos, sino también en técnicas de comunicación, de venta, marketing, gestión de equipos, tendencias. “Como curiosidad”, destaca “el espectacular crecimiento de la categoría cuidado ocular, por el uso permanente de pantallas”.

Adaptación

El mundo de la farmacia ha tenido que adaptarse a las circunstancias cambiantes de su entorno, y a los cambios sociales, como todos los demás sectores del mercado. Torres opina al respecto que “Internet y las

nuevas tecnologías han democratizado las oportunidades, dando mucho poder al usuario y también al autónomo y a la pequeña empresa. Todos podemos tener los mismos metros de escaparate en Google si manejamos bien el SEO. Nos permite deslocalizarnos geográficamente y darnos a conocer. Y lo más importante: mantener una conversación con el paciente. Podemos hacernos visibles y relevantes si ofrecemos servicios y especialización, siempre que sepamos comunicarlo, y que al buscar información el paciente nos encuentre. También los programas informáticos, los de fidelidad y las herramientas de gestión han evolucionado mucho en la última década”.

Desde su punto de vista, el futuro próximo de la farmacia es la especialización, acompañando y ayudando al paciente, simplificando su vida. “Hoy más que nunca nuestro trabajo no es otro que aportar valor. Aquí tienen cabida desde el SPD hasta la asistencia vía chat de voz. En esta era las oportunidades están en el medio digital, en incorporar servicios a través de canales siempre disponibles, de uso sencillo y ágil y combinarlos con la oficina de farmacia física”.

Como retos para la farmacia, destaca la necesidad de reinventarse en ese entorno nuevo, en unas circunstancias en las que le parece dudoso que se vaya a mantener el modelo actual. “Es previsible que las tecnologías entren en la vertical de nuestro negocio, y la Inteligencia Artificial y la gestión de Smart data nos puede pillar con el paso cambiado. Debemos empezar a pensar en ello y organizarnos como colectivo para prestar juntos, como una red, más y mejores servicios al paciente y al resto de profesionales sanitarios”.+