

Apotheka pone al cliente en el centro

LOS ROBOTS QUE PONE APOTHEKA A DISPOSICIÓN DE SUS CLIENTES APORTAN TODA LA FIABILIDAD Y EXPERIENCIA ACUMULADA EN MÁS DE 20 AÑOS ROBOTIZANDO. CUBREN CUALQUIER NECESIDAD QUE PUEDA SURGIR Y CONTINUAMENTE SE DESARROLLAN NUEVOS ACCESORIOS Y MEJORAS. POR OTRO LADO, ESTA EMPRESA CUENTA CON UN EXCELENTE DEPARTAMENTO CREATIVO, CAPAZ DE DISEÑAR FARMACIAS QUE CREAN TENDENCIA, Y, AL MISMO TIEMPO, CON UN EQUIPO DE INTERIORISTAS CON UN VALOR HUMANO Y PROFESIONAL DEL QUE ESTÁN INCREÍBLEMENTE SATISFECHOS.



Hablamos con **Héctor López**, *director de Ventas de Apotheka*, y con **Alejandro Telleria**, *su director de Marketing y Expansión*, sobre robotización y diseño en las farmacias, cuestiones que conocen muy bien en dicha compañía.

En robotización, los últimos doce meses han supuesto un buen número de nuevas incorporaciones al catálogo de productos de APOrx. Desde sistemas automáticos de dosificación hasta nuevos modelos de robots de dispensación. López nos explica que APOrx es la división de robotización de Apotheka Imedisa, empresa dedicada al diseño de farmacias y la fabricación de mobiliario para las mismas, al servicio de los farmacéuticos desde hace más de 40 años. "Desde el 2006, ofrece también a las farmacias la robotización de las mismas. Debido al auge de esta división, se separó la actividad desde hace unos años creándose la división APOrx", indica. Como distribuidores de MACH4, tienen más de 100 instalaciones de robotización funcionando, tanto en farmacias convencionales como en farmacias de hospital. A este número, hay que sumar las instalaciones de SPD automáticas. Cada año, aumentan su parque de robots en más de diez instalaciones, lo que abunda en

un mejor servicio técnico. Ésta es una empresa muy orientada a la satisfacción del cliente y como tal, las soluciones que ponen a su disposición se pueden adaptar a las necesidades de cada uno y pueden crecer a medida que las circunstancias lo requieran.

Le preguntamos por la tendencia actual en robots. López afirma que *“los farmacéuticos demandan soluciones cada vez más versátiles, que se puedan adaptar a las variables necesidades del sector”*. En esta dirección, APOrx brinda *“desde los sistemas más sencillos hasta las soluciones más completas de automatización”*. Su principal valor añadido es que se adaptan totalmente a las necesidades de cada farmacéutico. No sólo en el momento de la instalación. Gracias a la alta parametrización y a su concepto modular, se pueden ir adaptando a las cambiantes necesidades de la farmacia.

Sus modelos de robots de dispensación son Medimat y RDX Essential, del fabricante alemán MACH4. Combinan componentes de altas prestaciones con un software desarrollado gracias a la experiencia de más de 20 años de MACH4 robotizando. Sus robots se adaptan de cinco en cinco centímetros y pueden integrar pilares dentro de la propia estructura de los mismos. *“Es uno de los más ligeros del mercado, sino el más ligero, por lo que nuestro robot requiere muy poca resistencia del suelo respecto a otros del mercado”*, asegura. Sus soluciones de robotización se adaptan totalmente al espacio disponible.

López defiende que el ahorro económico y de recursos que supone cualquiera de las soluciones de robotización MACH4 depende en gran medida de cada farmacia. *“Depende de los recursos que dedique la farmacia antes de robotizar a recepcionar los medicamentos, a almacenarlos, a inventariarlos, a dispensarlos, etcétera”*, manifiesta. Por otro lado, conlleva, entre otros beneficios, un aumento de ingresos gracias a aumentar la superficie dedicada a la venta y exposición de productos y al mayor tiempo de los empleados para atender a los clientes. Este año, presentaron en Infarma Barcelona 2019 un modelo que parte de un precio de apenas 60.000 euros. Aunque el período de amortización de una inversión de este tipo depende de muchos factores, *“podemos hablar de que se podría amortizar en menos de dos años”*. Ofertan a los clientes tres tipos de mantenimiento, desde el más básico al integral.

Una funcionalidad

En lo que a diseño respecta, Telleria considera que implica cumplimiento de una funcionalidad. *“Las tendencias a las que en Apotheke estamos muy atentos son, en primer lugar, a las que se refieren a la evolución del comportamiento de los consumidores en general y de usuarios y pacientes de farmacias y ópticas en particular”*, apunta. Son estas tendencias las que marcan los nuevos diseños. Por ejemplo, *“cada vez es más fácil convencer a los titulares de generar espacios donde la atención se produzca sin barreras y ésta es la tendencia que marca el camino y que cogerá*



Héctor López



Alejandro Telleria

forma con distintos estilos, entre los que se consolidan, por un lado los tonos nórdicos y naturales y, por otro, ambientes sofisticados y sanitarios”.

Comprobamos que Apotheke lanzó un nuevo servicio de comunicación digital llamado Apotheke Hello en Infarma Barcelona 2019. ¿La digitalización de la farmacia es indispensable actualmente? *“Hay mucho recorrido en este sentido. Son muchos los argumentos y los datos que demuestran que la comunicación digital es una herramienta más efectiva que la comunicación estática”*, justifica. Para los titulares, representa, a su juicio, *“una gran oportunidad para conectar e interactuar con clientes y pacientes”*. Una buena gestión y producción de contenidos favorecen la reacción de los clientes ante los estímulos que se muestren en ellas. Asimismo, la influencia sobre el consumidor es muy superior a la cartelería convencional. *“Asumir profundamente todo esto nos ha llevado a lanzar este nuevo servicio”*, subraya. Añade que nace ya fuerte gracias a su acuerdo de colaboración con LG, y un departamento propio donde producen y gestionan los contenidos de las farmacias.

Telleria hace hincapié en que *“permanecer liderando un sector desde 1977”* es un importante valor. El proceso de trabajo con Apotheke es simple, pero al mismo tiempo muy eficiente. *“Creamos equipos especializados en torno a cada proyecto. Todo comienza con un profundo análisis de geolocalización”*, describe. Controlando

todo el proceso y sin sorpresas, su misión es que las farmacias de sus clientes *“cobren vida”* y asegurarse de que se ajusten a su *“entorno, necesidades y gusto”*.

Por último, el director de Marketing y Expansión anuncia que, a finales de 2019, adquirirán la empresa SDM. Ésta es *“una nueva apuesta por la innovación que tiene como misión aportar mejoras reales en los procesos del circuito de medicamento”*.+



Un nuevo hito en América Latina

Alejandro Telleria destaca la primera instalación del sistema de automatización eOnbox en México, con la que Apotheke marca un nuevo hito en América Latina. Esta primera instalación les ha servido para poner a prueba la capacidad de adaptación y desarrollo de la división de automatización de la empresa. Por otro lado, traza el camino del futuro de la compañía en un país en el que, al igual que en España, *“existe mucho recorrido en la mejora del conjunto de procesos de trabajo del día a día de sus farmacias”*. Chile y Ecuador se unen a México en este fuerte impulso que está viviendo su actividad en el conjunto América Latina a lo largo del pasado 2018 y del presente 2019.