

“Nos hemos convertido en una farmacia que hace trajes a medida a cada uno de los pacientes”

LA FARMÀCIA GUILLÉN, EN SANTA PERPÈTUA DE MOGODA, ES UN EJEMPLO DE FARMACIA 100% VOLCADA EN LOS SERVICIOS. SU RECLAMO, “NUESTRO TIEMPO ES PARA TI” DEJA BIEN CLAROS SUS OBJETIVOS.



Los 240 m2 de esta diáfana farmacia se distribuyen en un concepto Open Space, que ha recogido, en la última reforma, todas las innovadoras ideas de su propietario, **Jaume Guillén Relat**, transformándose en el espacio definitivo orientado a los servicios del que hoy disponen. *“Creemos que, tanto a los pacientes como a los clientes de nuestra farmacia, lo mejor que les podemos dedicar y dares nuestro tiempo. No somos una farmacia que quiere vender, somos una farmacia que quiere atender. Queremos descubrir qué le pasa a cada uno de nuestros pacientes, de una manera global y holística, porque es de la única manera en la que le podemos hacer una recomendación que dé respuesta a sus necesidades”.*

“LA CLAVE ES LA AUTONOMÍA DE CADA MIEMBRO DE MI EQUIPO, QUE GESTIONA A CADA UNO DE SUS PACIENTES”

Buscando este objetivo, lo importante, desde su punto de vista, era ofrecer servicios, y aquí es donde intervino el gran diseño de la arquitecta, **Isabel García-Uceda**, especialista en retail, que supo adaptar y crear el espacio para cada uno de los servicios, que no son pocos: análisis de la piel, seguimiento de la piel atópica, análisis capilar, control del pie de diabético, SPD, etc. Uno de los que tiene más éxito, tal y como nos explica Guillén, es el servicio de enseñar a comer sano, *“el año pasado tuvimos 350 visitas, y este año a mes de septiembre estamos en 450, cerraremos el año con cerca de 600. Está viniendo incluso gente de Barcelona y de otros pueblos de cercanías, porque alguien se lo ha dicho. Y nosotros no hacemos dietas, sino que damos recomendaciones. La gente pierde peso y gana calidad de vida, que es nuestro objetivo principal”.*

Claves de éxito

Uno de los aspectos más innovadores que han logrado en la Farmàcia Guillén con el planteamiento de la reforma es que prácticamente el 100% de los servicios, exceptuando dos, se hacen en el espacio de la farmacia, en el espacio de atención al público. Con ello consiguen que la gente vea todo lo que hacen. Desde el punto de vista de Guillén, en la farmacia existe un problema,

y es que muchas farmacias ofrecen muchos servicios que constan en directorios, pero la gente necesita ver. *“Cuando ven a alguien al que le estás realizando un análisis facial con unos dermoanalizadores preguntan ¿a esta señora qué le estás haciendo?, o cuando ven a un niño que le estamos mirando la piel, porque tiene un problema de piel atópica, con un dermoanalizador para piel atópica, dicen pues mi hijo también tiene piel atópica, ¿yo puedo venir? Eso nos está generando una farmacia donde la gente ve lo que hacemos. No es lo que yo prometo que hago, sino que ven cómo lo hacemos. Y eso provoca que, cada vez más, la gente se apunte a nuestros servicios. Nosotros aquí no vendemos dermocosmética, analizamos la piel, valoramos los problemas, y recomendamos lo que es mejor para cada uno de los pacientes. Nos hemos convertido en una farmacia que hace trajes a medida a cada uno de los pacientes. Y ahora ya tenemos el espacio, porque con esta nueva reforma contamos con una segunda sala, de atención más personalizada”.*

El equipo está formado por seis personas, siete incluyendo al titular. Han incorporado a la farmacia la tecnología más moderna,

como la robotización o la gestión del efectivo, para intentar que el equipo, que es altamente cualificado, pueda desarrollar su trabajo en la atención al paciente, y no en tareas improductivas que no aportan ningún tipo de valor. *“Yo he hecho el máximo de inversión posible aquí, para que todas*

“YO NO ME PUEDO PERMITIR TRABAJAR CON PRODUCTOS MEDIOCRES EN MI FARMACIA”

las labores improductivas que mi equipo hacía ya no las tenga que hacer, y se puedan dedicar a hacer su trabajo. En cada turno, el de la mañana y el de la tarde, siempre hay un especialista en cada uno de los servicios. Porque lo que intentamos es que en las 12 horas que estamos abiertos, los servicios siempre estén activos, sea la hora que sea, el paciente no tiene que venir a otra hora porque no está el especialista”.



Jaume Guillén Relat

Protocolos

Jaume Guillén ha optado por la especialización en determinados ámbitos, poniendo gente muy bien formada y preparada. Todo lo gestionan con protocolos de actuación, toda la farmacia está protocolizada, y los servicios también, porque crean una ficha de cada cliente para hacer el seguimiento.

De este modo nos explica el farmacéutico su “modus operandi”. *“Hemos creado un sistema de seguimiento donde llamamos al paciente para citarlo para el próximo día. No esperamos a que venga, y al paciente le da tranquilidad, porque sabe que nosotros le avisaremos para la próxima cita, vía llamada, whatsapp o correo. Pero la clave es la autonomía de cada miembro de mi equipo, que gestiona a cada uno de sus pacientes, su propia división, y eso es súper importante para hacer crecer la farmacia. Siempre digo que tenemos que promocionar a nuestra gente, darles responsabilidades, invertir en formación para que puedan crecer como profesionales, y eso nos permitirá tener una farmacia mucho más preparada para poder dar un valor diferencial. La clave de mi farmacia no soy yo, es mi gente. Tengo un equipo con una actitud y una formación espectacular, y han cogido con mucho amor y mucha pasión el nuevo proyecto, y eso es muy importante. Si quieres que la farmacia crezca como un árbol tienes que dejar que cada rama florezca, si quieres que todo pase por tus manos, tus ramas no crecerán ni florecerán”.*

Guillén insiste en aportar valor a través de servicios pensados, seleccionados y con un gran valor añadido, además de la importancia fundamental del seguimiento de los pacientes, un aspecto en el que el farmacéutico cree que fallan la mayoría de las farmacias, y que implica poner al paciente en el centro de cada farmacia.

Surtido

Y además de todos los aspectos señalados, Guillén hace hincapié en otro aspecto imprescindible, que es una buena gestión del surtido que se ofrece, que en su caso ha decidido reducir considerablemente. Su decisión ha sido poner el foco en los laboratorios que realmente le interesaban, tanto por el servicio como por el producto. *“Los laboratorios que tienen un producto de alta calidad y lo saben, te saben dar un valor añadido muy importante. El laboratorio que tiene un producto más limitado, a veces utiliza otras herramientas que pueden ser una oferta más grande, pero al final no es lo que buscamos. Yo siempre digo, si intentamos trabajar con los productos de más alta calidad en la farmacia, la satisfacción por parte del paciente es mucho más alta, porque siempre que recomendamos alguna cosa, estamos creando una expectativa al paciente, y lo más importante es que mi consejo y la recomendación de producto realmente cumpla y cubra las expectativas, si no tengo un problema de credibilidad. No del producto, sino mía, porque quien da la cara soy yo. Por lo tanto, yo no me puedo permitir trabajar con productos mediocres en mi farmacia”.* +

“NO SOMOS UNA FARMACIA QUE QUIERE VENDER, SOMOS UNA FARMACIA QUE QUIERE ATENDER”

