

JUAN SIVERA, DIRECTOR GENERAL DE CONSOFT

“Hoy la farmacia se ha convertido en una empresa de salud con lo que ello exige y conlleva”

LA CRISIS SUPUSO PARA CONSOFT UN INCREMENTO EN EL NÚMERO DE FARMACIAS QUE APOSTARON POR FARMATIC, ANTE LA NECESIDAD IMPERIOSA DE SUS TITULARES DE AFINAR LA GESTIÓN DE SU OFICINA DE LA FARMACIA O PERDER EL NEGOCIO POR FALTA DE RENTABILIDAD.



¿Cómo ha cambiado el mercado farmacéutico desde que nació IM Farmacias?

En el año 2008 y durante toda la crisis, los impagos de la Seguridad Social, la caída del valor de las farmacias y la dificultad de los créditos obligaban a gestionar mejor, y ahí nuestro programa era el líder indiscutible. De hecho, fueron años de mucho crecimiento para Farmatic. En cuanto a la Receta Electrónica, en nuestro sistema de CCAA, cada una tiene la suya propia e incluso alguna comunidad tiene dos variantes o incluso tres, las cuales no han dejado de crecer con mejoras en sus prestaciones y las consiguientes interacciones con los programas de gestión. Farmatic incorpora todas las Recetas Electrónicas existentes en España, y el hecho de atender a 17 administraciones distintas, sus fechas, sus interlocutores, sus demandas, etc. Ha supuesto para Consoft una dedicación extra en recursos de tiempo/persona y esfuerzos en la plantilla, para poder tener a todo el país al día. Un auténtico desafío al que ha seguido la interoperabilidad a través del Ministerio de los sistemas informáticos de las 17 CCAA, el SEVeM y un sinfín de detalles en cada receta.

A todo lo habitual del mercado hay que añadir la tecnología, que en estos 11 años ha dado pasos de gigante, y a la cual hemos tenido que adaptarnos y adaptar a nuestros clientes farmacéuticos: máquinas, sistemas operativos, comunicaciones, lenguajes de programación, cajones inteligentes, robots dispensadores, lectores biométricos... Todo para poder asimilar, dar cabida y continuidad a nuevos y más complejos sistemas de comunicación. En poco se parece una farmacia del 2020 a una del 2008: apoyo a la venta, fidelización, nueva forma de dirección de personal, controles de almacén y pedidos, comunicaciones a diestro y siniestro, eCom-

merce. Hoy la farmacia se ha convertido en una empresa de salud con lo que ello exige y conlleva. Es un reto conseguido.

¿Cuál cree que es el futuro del mercado?

Desde la gestión y la tecnología, ver el futuro a largo plazo es complicado. Hablamos de digitalización, globalización, omnicanalidad, etc. En la distribución farmacéutica, se han formado grandes grupos que buscan estar “dentro” de la farmacia, en su día a día. Las comunicaciones se han hecho imprescindibles y homogeneizarlas una imperiosa necesidad. El trato al cliente, en el que hablamos de “sentimiento del cliente”, con información de Big Data, enfocada a satisfacer “hábitos de compra del mismo”. El nuevo cliente que llegará a la farmacia se englobará en grupos como los millennial, generación X y Z, terminología que ya empezamos a usar con cierta naturalidad.

Sin olvidar el problema no resuelto para la farmacia y que todos prometen resolver: el comercio electrónico y cómo parar a los gigantes Amazon, Alibaba. Hablamos de omnicanalidad como herramientas de uso, cada día más comunes, y sobre las que deberemos trabajar, desde la tecnología, para facilitar el acceso de la farmacia a este nuevo espacio comercial.

Desde Consoft, conscientes de ello, continuamos escuchando, aprendiendo y buscando nuevos procesos y soluciones que ayuden a la farmacia en los vaivenes de esta montaña rusa a la que parece deberemos acostumbrarnos. Hoy son más de 8.000 farmacias las que han dado el paso hacia una mejor gestión y confiamos en seguir nuestro crecimiento contando con nuevos farmacéuticos que necesitan gestionar mejor para hacer viable su negocio de salud. +

“LAS
COMUNICACIONES
SE HAN HECHO
IMPRESINDIBLES, Y
HOMOGENIZARLAS UNA
IMPERIOSA NECESIDAD”