

Glintt ayuda a que la farmacia sea un punto de servicio de Salud

PARA GLINTT, LAS FARMACIAS SE DIRIGEN HACIA EL CONCEPTO DE SER UN PUNTO DE SALUD, DE PROXIMIDAD, DE UNA FORMA MÁS LIMPIA, MÁS LIGERA Y MÁS TECNOLÓGICA. GLINTT SALUD TIENE LA CAPACIDAD EN ESPAÑA DE BRINDAR A SUS CLIENTES, SEAN FARMACIAS O CLÍNICAS, UNA OFERTA 360 GRADOS, FACILITÁNDOLES CONSULTORIA, SERVICIOS, EQUIPAMIENTOS Y SOFTWARE DE CALIDAD CON MUCHÍSIMAS HERRAMIENTAS DE GESTIÓN.



Carlos Guedes



Joao Cabecinha

Glintt, Global Intelligent Technologies, multinacional de tecnología y consultoría, cotizada en Euro-next, facturó 92 millones de euros en 2019. El 75% de este importe viene del sector Salud. Por otro lado, 21 millones son resultado de sus actividades en nuestro país. Al ser una empresa cotizada, aún no puede comunicar sus cifras de 2020. Hablamos con **Joao Cabecinha**, su *Executive Board Member*, y **Carlos Guedes**, su *director general en España*, del momento actual que vive el Grupo. Aquí cuenta con inversiones en once compañías. Todas con capital mayoritario de Glintt y una con una *joint venture* con Cofares. El crecimiento de una empresa, desde que llegó a España en 2006, a las once de ahora ha hecho que el equipo aumente hasta superar las 170 personas.

Glintt en España estaba enfocado exclusivamente al sector Farmacia hasta hace un par de meses, que se ha expandido a otras ramas del sector Salud. Guedes informa de que se ha aliado con una sociedad relacionada con dentistas que complementa, “de una forma perfecta”, su porfolio, y que está llamada a ser uno de sus pilares estratégicos para los próximos tiempos. Ésta es Odontonet, compañía española de software que utilizan más de 2.500 dentistas.

En ese sentido, Cabecinha destaca que poseen “una visión para el sector Salud mucho más integrada de lo que en el presente existe”. Describe que, en estos momentos, dicho sector está muy compartimentado. Separado en hospitales, en clínicas, en farmacias, en laboratorios, etcétera. “Nuestra visión del futuro es un sector mucho más unido, un concepto de salud conectada”, aclara. Es decir, que haya conexión entre todos los prestadores de servicios centrados en el ciudadano. Al parecer de Glintt, en este objetivo, “la tecnología es absolutamente fundamental”. Su posición es estratégica para hacer estas conexiones al estar presente en los hospitales, en las farmacias y en las clínicas, incluso en las clínicas dentales, y en los laboratorios. No obstante, en su ADN está la farmacia. “Eso nos permite entender muy bien los retos que tiene la farmacia. Nosotros constatamos que la farmacia no es solamente un punto de retail, no es una tienda que vende, no es un punto de venta de medicamentos. Es un punto de servicio de Salud, porque tiene profesionales altamente cualificados, una cercanía a las personas que es esencial para el perfil de salud que nosotros queremos, que es una intervención más preventiva, de más conocimiento, más próxima y cercana a cada una de las personas”, afirma Cabecinha. Por eso, están totalmente involucrados en crear condiciones para que la farmacia pueda desarrollar y aumentar su componente de servicios junto con la parte de dispensación de medicamentos en una colaboración con el médico cada vez más perfecta.

El reto de la innovación

En Glintt son testigos de que hay una gran innovación en la parte de medicamentos, en la de dispositivos médicos; pero no tanto en cómo se organiza el sector, en cómo se gestionan la información y los datos. “Eso facilita que, en tiempo real, se puedan tomar las mejores decisiones para prevenir la enfermedad o para resolver un problema agudo o crónico”, subraya el Executive Board Member. Son conscientes de lo necesaria que es la inno-

vación en este punto, “una innovación que va a dirigir al paciente al centro del proceso de decisión”. Esto va a necesitar de una nueva forma de digerir todo el proceso de salud. Precisamente, Glintt está muy involucrada en diferentes proyectos con un concepto de innovación abierta.

La forma de actuar de este Grupo es buscando equipo, con toda su energía y todo su conocimiento. Por eso, “todas las empresas que se han juntado a Glintt están con sus equipos directivos, trabajando junto con nosotros”, matiza Cabecinha. Gente que tiene una visión de futuro que está alineada a la suya y que, con la estructura de Glintt, “puede hacer más, puede crecer más rápido”.

Responder a las nuevas necesidades

¿Cuáles son los beneficios de los farmacéuticos, o también de los dentistas, que deciden apostar por Glintt como compañero de viaje? Guedes responde que el primero es “poder contar con una empresa que se preocupa por el cliente y por traer nuevas ideas, nueva gente, innovación”. Pero “esa innovación, esas nuevas ideas y formas de ayudar a hacer un mejor negocio, un nuevo negocio, siempre soportadas por una empresa que tiene más de 1.000 empleados y más de 20 años de experiencia en el sector”. Por lo cual, juntan “unas sólidas ideas y una experiencia a una muy evidente capacidad de innovación”. Y entregan, además, “calidad de servicio y cercanía”.

Según añade Cabecinha, su visión del negocio futuro está basada en la “expertise” de las personas, en una relación cercana. “Muy enfocado en la prevención, más que en el tratamiento. Esto es verdad para las farmacias. Es verdad para los dentistas. Es verdad para todos. Porque nosotros sabemos que la esperanza media de vida ha crecido, pero la calidad de vida en esos años que hemos ganado no es tan buena como nos gustaría. En eso estamos involucrados”, asegura. Algo distintivo de Glintt es que son un mix de ingenieros de software y de farmacéuticos, de médicos y enfermeros. En su plantilla se encuentran todos estos profesionales, por lo

que están muy enfocados en responder a las nuevas necesidades de estos profesionales. Entre estas necesidades, tener que monitorizar de una forma más regular los parámetros vitales. “No sé si vas a hacer un test Covid todos los días, pero vas a percibir la ventaja de estar más controlado y adoptar un comportamiento que reduce el riesgo de contraer dolencias o enfermedades. Después, vas igualmente a querer monitorizar lo que pueden ser enfermedades crónicas o problemas que tienes ahora. Lo que estamos hablando es de cómo vas a garantizar, como sociedad, los cuidados de salud para los recuperados de Covid. Eso no lo va a hacer el hospital. Tienen que ser servicios de cercanía. Y estos servicios de cercanía, como son la pequeña clínica, los médicos de Atención Primaria, y la farmacia, trabajando juntos de una forma integrada”, expone. Desde su punto de vista, éste es el futuro. Por este motivo, sus procesos están preparados para comunicar de forma segura, para comunicar e intercambiar datos. Ciertas consultas de seguimiento pueden realizarse a través de teleconsulta.

Guedes hace hincapié en que, saliendo de una crisis que nos ha tocado a todos, hay una preocupación de datos de eficiencia, de retomar la rentabilidad o incrementar esa rentabilidad. “También va a ser necesaria aquí, de alguna forma, una cercanía con el cliente, pero quizá proporcionándole al cliente o al paciente, a las personas que entren en las farmacias, en las clínicas, una experiencia distinta. Esa experiencia y esa forma de comunicar y mantener esa cercanía viene mucho a través de la digitalización”, alega. Se muestra a favor de estar presente en las redes sociales y de comunicar en las webs. La tecnología y la digitalización, siempre alineadas con una reinención de los procesos más manuales, menos tecnológicos, permitirán al sector Salud en general, y a las farmacias y a las clínicas en particular, recuperar de manera más rápida la relación con sus clientes/pacientes, aunque también la rentabilidad y la eficiencia operacional. Les preguntamos cómo van a cambiar físicamente las farmacias. Cabecinha considera

GUEDES: “NOSOTROS VEMOS LA FARMACIA DEL FUTURO DE UNA FORMA MENOS CARGADA, CON MÁS TECNOLOGÍA Y CON FUERTE COMPONENTE DE COMUNICACIÓN DIGITAL”

que *“habrá un continuum dentro de lo digital y lo físico”*. En ese sentido, tiene que haber consistencia entre lo digital y lo físico. Glintt Design, cuando interviene en una desde un punto de vista físico en una farmacia, lleva a cabo un estudio con el farmacéutico de cómo y cuáles son sus clientes, de qué tipo de experiencia quiere tener en su espacio físico. Recuerda que *“esta experiencia debe estar totalmente alineada con su presencia digital”*.

“Nosotros vemos la farmacia de una forma más ligera, menos cargada. Por supuesto, con más tecnología, quizá más pantallas digitales. Más equipamiento para mejorar eficiencia y rapidez de atención”, apunta Guedes. Sus clientes ya lo están demandando. Es un concepto de farmacia con un poco más de movilidad, para acercarse al cliente. Mas ligera e igual de eficiente. No hay que olvidarse de que *“la gran fuerza de la farmacia, sea más bonita, más preparada, más tecnológica o menos tecnológica, es la confianza que ha logrado generar en la población desde que existe cuando aporta un consejo a sus clientes y*

que sigue siendo el mejor prescriptor”. El de la farmacia asistencial es el camino por el que ya muchas transitan; siendo un punto de Salud, de proximidad, un punto integrado en todo lo que hace el sistema de Salud, aportando calidad de servicios y confianza.

La idea es asimismo optimizar el tiempo de las personas que acuden a las farmacias, que éste sea plenamente útil en lo que a servicio se refiere, que no estén esperando, que no tengan que ir más veces porque los medicamentos están en falta. La meta es que toda la experiencia de visita sea muy positiva y de interacción con un profesional cualificado.

La Inteligencia Artificial (IA) puede jugar un papel muy relevante en todo esto. En palabras de Cabecinha: *“La parte de gestión de stock es clásica. Lo estamos haciendo, introduciéndolo en nuestros productos. En la parte de segmentación de clientes para percibir qué tipo de cliente tienes y qué perfil de farmacia, de portfolio de productos, debes tener. Es otra área clásica y anticipar aquí lo que son necesidades”*.

Otro campo es el de las alergias. Si la concentración de polen va a estar un poco más elevada, ya se sabe que se venderán más anti-histamínicos. *“Si tienes esa información disponible, puedes ayudar la farmacia a prestar un mejor servicio porque nos permite prepararnos para una demanda más grande de determinados tipos de productos”*, manifiesta. Todas estas son áreas en las que Glintt está trabajando para aplicar IA.

Con todo, Glintt Salud ofrece servicios y equipamientos en farmacias y clínicas y, por consiguiente, una oferta integrada 360 grados que cubre las necesidades con una misma visión y un mismo enfoque. +

CABECINHA: “NUESTRA VISIÓN DEL FUTURO ES UN SECTOR MUCHO MÁS UNIDO, UN CONCEPTO DE SALUD CONECTADA”