

“Cuidando del equipo, triplicamos las ventas”

POR UN LADO, LA CONSULTORÍA DE FARMA EMOCIÓN AYUDA A LAS FARMACIAS A DESARROLLAR SUS EQUIPOS Y A TRANSFORMARSE COMO ORGANIZACIÓN. NO ES FORMACIÓN, ES TRANSFORMACIÓN. CONLLEVA UNA MANERA NUEVA DE HACER, DE CAMBIAR EL HÁBITO DE LA ESTRUCTURA DE LA FARMACIA CON MIRAS AL FUTURO. POR OTRO LADO, LA ESCUELA ENTRENAFARMA ESTÁ DIRIGIDA A FORMAR A LOS LÍDERES Y A LOS GERENTES EN UN MÉTODO QUE CONTAGIA ENERGÍA, CON EL PROPÓSITO DE AUMENTAR EL VALOR Y MULTIPLICAR LAS VENTAS. SON DOS MODELOS DE NEGOCIO ENFOCADOS A LAS PERSONAS.



El foco se encuentra en el talento de las personas, de los equipos de las farmacias y de sus líderes. Hablamos con **Desirée Ballesteros**, gerente en *Farma Emoción* y en *Escuela EntrenaFarma*, de sus dos modelos de negocio que ayudan a prepararse para abordar los retos de futuro. La primera es una consultora especializada en el sector farmacéutico con una visión integral de toda la industria, mientras que la segunda es la primera escuela de entrenamiento nacional en el sector farmacéutico. Aunque van dirigidas al mundo de la farmacia, tienen una manera diferente de actuar. En la conversación, deja claro que la palabra clave es *transformación*. Defiende que, cuando los profesionales se desarrollan dentro de los equipos, van a ayudar al cliente continuamente. No es sólo cuestión de vender, sino de aconsejar. Apunta que, por lo general, las formaciones van encaminadas al producto, a la técnica de venta, a la experiencia de cliente. “¿Y nuestro principal cliente, que es

nuestro equipoeiipo, quién lo cuida? Cuando a mí el titular me llama, es porque quiere cuidar del equipo, no sólo de las ventas. Cuidando del equipo, triplicamos las ventas”, asegura. Su formación no es ventas, no es producto, no son categorías. Dice que hay otros compañeros que trabajan en esos campos muy bien. Ballesteros se centra en el talento, en “ayudar al profesional a que entienda todo lo que vale”.

Asevera que, de las 22.000 farmacias que hay en España, no llegará a las 3.000 las que cuidan a sus equipos de la forma en la que ella piensa que hay que hacerlo. “El que una farmacia tenga al equipo profesionalizado, implicado, motivado, activado, capacitado y talentoso es lo que hace que se mueva como negocio”, considera. Opina que muchas veces se reforman farmacias y se digitalizan, pero que no siempre están obteniendo todo el rendimiento que podrían obtener.



Una larga trayectoria

Ballesteros lleva más de 26 años trabajando en el sector farmacéutico. Viene de la industria, concretamente estuvo en Beiersdorf. Trade Marketing, visitadora médica, asesora, vendedora, formadora. Ha pasado por muchos sitios y ha visto muchos equipos y farmacias en todo este tiempo. Siempre ha estado al lado del titular y de su equipo, ganándose su confianza. Su experiencia le ha otorgado una visión de todo lo que sucede relacionado con la farmacia. Dio el paso de especializarse en inteligencia emocional, coaching, programación neurolingüística, comunicación y psicoterapia, en todo lo vinculado con las personas, porque comprobó que había una necesidad en el sector farmacéutico, porque los titulares cada vez tenían más “dificultad” a la hora de contratar y fidelizar a la gente, de “retener el talento”. Montó Farma Emoción para dirigirse directamente al personal; porque percibía que toda la industria formaba a las personas en tecnología, en producto, en marketing, en experiencia de cliente y en técnicas de venta. Es decir, se preguntó quién cuida de las personas y quiso dar una respuesta. Recuerda que lo más importante en un negocio son las personas, por lo que es necesario ponerlas en valor. Hay que acompañar al equipo. Apuesta por lo que denomina “salario emocional”, por alcanzar la satisfacción del equipo.

Farma Emoción

Con Farma Emoción, Ballesteros acude a las farmacias. Con su método, lo que hace es, en seis meses, cambiar la manera de trabajar. “Tenemos un hábito dentro de la farmacia, que es una creencia de ‘tengo que trabajar así’. Ese comportamiento nos lleva a estar estancados, a no haber innovación, a tener un piloto automático”, avisa. Realiza sesiones individuales con el equipo. Hay seis horas de acompañamiento y sesiones grupales. “En seis meses, han cambiado el hábito de la farmacia”, sostiene. La transformación está dividida en módulos de dos meses cada uno. El primero es el de la comunicación. “Cómo tener una comunicación constructiva, para cambiar cosas que debemos de cambiar”, matiza. Subraya lo positivo del reconocimiento. “Aprendemos a reconocernos como profesionales dentro del equipo. Llevan a lo mejor muchos años

trabajando y ni se conocen. Yo conozco más de sus vidas profesionales, por qué hicieron la carrera, qué les inquieta y dónde quieren llegar, que ellos mismos”, cuenta. El segundo versa sobre la organización y planificación de la farmacia con la gestión del tiempo. “Tienen muchas tareas repetitivas, que se van haciendo y al final no ponen orden”, avisa. El tercer módulo persigue entender todo lo que es la industria farmacéutica. Ballesteros enseña lo que es el mercado. Pretende, con datos y otros instrumentos, que vean “qué es una farmacia, porque el equipo sólo ve su farmacia, no ve más allá”. Les cuestiona qué cliente es el que se les da bien, para potenciar los dones y talentos personales. “¿Qué valor darías tú para aportar ese conocimiento que tienes, no vender un producto, sino ayudar a ese cliente dentro de tu conocimiento, de tu valor?”, expresa. Lo que se logra es que atraigan a ese cliente, que éste vaya a la farmacia por el profesional que está dentro, porque sus profesionales son reconocidos por la población en ciertas patologías, en campos que les pueden ayudar.

“Con Farma Emoción, yo los capcito, les abro la mente, les cambio la percepción. El hábito, las creencias. El equipo sale motivado, implicado, con proyectos, entendiendo su valor”, argumenta. Insiste en que, cuando aumentan su valor, que es creer en ellos mismos, triplican las ventas. La gente se siente importante en sus puestos de trabajo. Lo consiguen todos a la vez, porque el proceso lo hace el titular con el equipo. Cambian todos juntos, independientemente del tamaño de la farmacia y del lugar donde esté ubicada. El programa se adapta a la necesidad de cada farmacia.

Escuela EntrenaFarma

Por su parte, con EntrenaFarma forma a las personas, a los líderes y a los gerentes en su método, para que tengan su visión. “Cuando yo llego a la farmacia, si yo los transformo en seis meses, ¿por qué ellos no pueden? Porque no tienen el método. Entonces, yo les enseño en la escuela mi método y todo lo que yo hago.

conversando con...

Además; los capacito, los entreno y los hago líderes actuales. Los líderes actuales son aquellos que observan a su equipo y son capaces de sacar lo mejor de cada uno", puntualiza. Relata que hay líderes que se encuentran tirando de su negocio, que hay que dejar de tirar para observar, para empezar a mover el talento.

Desde el primer día se trabaja sobre la persona. Se realizan sesiones presenciales de doce horas una vez al mes durante cuatro meses. Hay un primer módulo sobre el profesional, el líder. Ballesteros remarca que en la carrera no se enseñan hábitos ni habilidades de liderazgo y de marketing. La idea es responder a preguntas tales como: ¿Para qué tienes una farmacia? y ¿Para qué lideras? Son cosas diferentes. Para qué tienes una farmacia es una visión y para qué lideras es otra. Comenta que se encuentran líderes que realmente no quieren liderar, puesto que es muy difícil gestionar personas. Si un líder no es carismático, no va a poder transmitir ni llevar a su equipo. En el primer módulo van a quién es el líder. De ahí surge un plan de acción que se lo llevan a la farmacia, y para el que tienen un mes para practicarlo. Su acompañamiento es 24 horas al día, por teléfono y con mentorías online. El seguimiento es total.

Al siguiente mes se vuelve a la escuela y es cuando aprenden habilidades de liderazgo, cómo hacer feedback con el equipo, comunicación con él, motivarlo, cómo sacar todo el talento. Se les proporciona todos los ejercicios que se efectúan en Farma Emoción. Trabajan en el plan de acción, en la confianza en el equipo.

¿Cómo han tenido que adaptar el coaching emocional en la pandemia? Remarca que "el coaching emocional al final es entender qué nos está pasando". Ballesteros ha llevado a cabo muchas sesiones online. En los meses de confinamiento más estricto estuvo en casa conectada con los equipos. "El coaching emocional era entender qué estaba pasando, los miedos. Hubo farmacias que vieron la oportunidad de tener clientes fuera y dijeron 'vamos a por ello, vamos a cuidar de nuestro cliente, protegiendo-

nos nosotros'. Aumentaron las ventas, cuando había otras farmacias que estaban con todo cerrado, con miedo, y sólo vendían mascarillas y geles. Era ayudar a que abrieran la mente", reflexiona. La farmacia tuvo la oportunidad de ayudar a la población en momentos en los que los hospitales y los centros de Salud estaban colapsados. Señala que, en las farmacias que no eran equipo, muchos se dieron de baja. Certifica que todos los equipos que han pasado por su formación han pasado la pandemia sin problemas destacables. Comprendieron sus miedos.

En resumen, su fórmula es emoción y comunicación. "Comunicar lo que somos, lo que transmitimos, nuestra pasión", manifiesta. Avisa de que, "si no sabemos comunicar lo que somos, el paciente no nos compra". Éste, cuando entra en la farmacia, tiene que saber que "hay valor". El objetivo es ser consultores más que atendedores o despachadores, dar conocimiento. A su juicio, "la actitud mueve montañas. ¿Tienes ganas? Pues a por ello". En la escuela, suben la energía. En el tercer módulo, aprenden de todo esto, de la gestión de los números, acompañando al equipo. Se traza un plan de acción que han de aplicar. En el cuarto módulo, acuden farmacéuticos que ya han sido alumnos y exponen lo que ellos han incorporado en lo que a servicios y tecnologías se refiere y cómo tienen al equipo, etcétera. Aprenden todos de todos y hacen networking.

Después, entran en su comunidad VIP Farma, donde se encuentran los participantes de las siete ediciones, más de 80 personas, que han pasado por la escuela en sus tres años de recorrido. Cuentan con un grupo de WhatsApp, donde cada día comparten cosas. Asimismo, organizan convenciones para verse, ya han hecho tres, y seguir aprendiendo todos de todos. Se ha generado la emoción de ser VIP Farma y les facilita formaciones a modo de píldora gratuitas o a precios reducidos.

En Farma Emoción, Ballesteros tiene el apoyo de **Macarena Canales**, **Cristina Lucas**, de Farmaval, y **Miguel Senabre**, titular de la Farmacia Hidalgo. En la Escuela EntrenaFarma, el de **Carme Castro**. +

