

LUIS MARTÍN LÁZARO, SOCIO FUNDADOR DE LUDA PARTNERS

# “Nuestro objetivo es colaborar con farmacéuticos que quieran prosperar”

LUDA PARTNERS ES UNA COMPAÑÍA QUE OFRECE A LAS FARMACIAS LA SOLUCIÓN DIGITAL PARA AYUDAR CON LOS PROBLEMAS DE SUMINISTRO DE MEDICAMENTOS Y PARA POSICIONARLAS EN EL MUNDO ONLINE.



Luis Martín Lázaro

**Luis Martín Lázaro**, socio fundador de LUDA Partners, nos destaca la doble vertiente de los servicios que aporta su compañía a las farmacias, la asistencial y la empresarial. “La compañía tiene muy presente la vertiente asistencial de la farmacia que es su cliente, por esa razón, y como parte de su responsabilidad social corporativa, proporciona sin coste una solución al problema de suministro de medicamentos”. “Con nuestra plataforma, el sistema informático de la farmacia puede preguntar a los ordenadores de las farmacias

conectadas a través de nuestra red por un medicamento concreto con problemas de suministro que necesita su paciente y conocer automáticamente las farmacias más cercanas que tienen disponibilidad y solucionar la necesidad con agilidad”.

Luis Martín Lázaro informa de que hasta ahora han ayudado a 30.000 pacientes de las farmacias unidas a su red a encontrar medicamentos de la lista oficial de medicamentos con problemas de suministro. “Sin la ayuda de LUDA, los clientes hubieran tenido muchas más dificultades

para obtenerlo". La alternativa es llamar una por una a las otras farmacias, lo que comporta dedicar mucho tiempo, o preguntar en grupos de WhatsApp y esperar a que alguien conteste. LUDA aporta la tecnología necesaria para ser más eficiente. "Los resultados nos avalan, las farmacias encuentran el 95% de los medicamentos de la mencionada lista oficial". Algunos farmacéuticos y de diferentes actores tradicionales del sector les acusan de querer ganar dinero a costa de las farmacias. "Somos una compañía que aspira a ser rentable. Como cualquier compañía seria", enfatiza, y sostiene que "no queremos ganar dinero a costa de las farmacias, sino porque les ofrecemos un buen servicio. Nuestro objetivo es colaborar con farmacéuticos que quieran prosperar. Cuanto mejor les vaya a los farmacéuticos, mejor le irá a LUDA".

¿Cómo les ayudan a prosperar? "Incrementando las ventas online de parafarmacia". "Cuando preguntamos a las farmacias cuánto venden online sin LUDA, el 99% responde que nada. Podemos aportar mucho". "El mercado online de la parafarmacia en España es mucho menor, el 7% frente al 17%, que es la media de la UE. Tiene un gran margen de crecimiento". Está convencido de su apuesta por la red de farmacias: "Las farmacias poseen una ventaja competitiva muy fuerte, que es que se encuentran muy bien localizadas y disfrutan de mucho prestigio. Tienen que aprovechar esa ventaja." Insiste en la oportunidad: "Es un error dar por perdido el canal online, las farmacias deben apostar por él sin perder su profesionalidad ni prestigio. Con LUDA se puede."

## Objetivos

LUDA tiene tres objetivos prioritarios: llegar a acuerdos con farmacias; con laboratorios que ya están vendiendo sus productos de parafarmacia online, y, seguramente el principal, lograr que el cliente digital acabe comprando sus productos de parafarmacia en la farmacia de proximidad. "Nuestros acuerdos con esos laboratorios tienen como objetivo que esas compras de clientes digitales se realicen a través de las farmacias de proximidad, a través de nuestras farmacias de siempre", explica Martín Lázaro antes de añadir que "nuestro método logra ese objetivo, evitando que esas ventas salgan del sector y las realicen agentes externos que no ofrecen las garantías de las farmacias. No existe ningún operador más cercano que tu farmacia de toda la vida, la red de farmacias además del prestigio también es imbatible desde el punto de vista de la logística". "Ofrecemos muchas ventajas a los laboratorios, les ahorramos costes y muchas tareas ligadas al e-commerce, por lo que pueden centrar sus acciones en todo lo relacionado con el cliente final y el marketing, lo que les permite mejorar su relación y su partenariatado con la farmacia", agrega.

Actualmente, hay más de 2.000 farmacias adheridas a LUDA. Suman unas 150 nuevas cada mes de media. Infarma 2022 les ha dado un buen impulso. Se muestra muy satisfecho por los resultados obtenidos. Su stand tuvo una gran afluencia de público y de interesados por el proyecto. Su objetivo es terminar el año con más de 3.000 farmacias adheridas. "Lo vamos a cumplir seguro", afirma convencido. ¿Por qué está tan seguro? "El farmacéutico va entendiendo que le ofrecemos una solución real que va mucho más allá de la quimera que representa que cada farmacia tenga su propia web. Intentar convencerles de eso es engañarles y hacerles perder dinero". Nos cuenta Luis Martín Lázaro algunos aspectos de su estrategia: "La venta online es una realidad en manos de unos players muy potentes. Lo que nosotros intentamos y logramos es que esos players envíen al cliente a la farmacia. El cliente continúa confiando en la farmacia, que dispensa su producto, de su stock, y en las condiciones en las que habitualmente lo hace", argumenta. "La venta online no es una cuestión solo de precios, se puede vender online con los precios que se está vendiendo en el retail presencial. Nuestro método no está basado en la comparación de precios, sino en la proximidad y el prestigio de la red

**"LUDA no vende medicamentos. LUDA no vende ningún dato y en nuestros contratos queda claramente especificado y firmado"**

de farmacias." Funciona, nos asegura. "La prueba de eso es LUDA, que ha sobrepasado los 12.000 pedidos al mes y una facturación media de 1.500 euros por farmacia. Nuestro objetivo son las 22.000 farmacias españolas y en los próximos dos años que estén adheridas 11.000... Por muy poderoso que seas, es imposible competir con 22.000 farmacias en red".

"LUDA no prioriza a unas farmacias frente a otras, es gratis adherirse, no pagas posicionamientos; cohesiona a todas las farmacias para que todas puedan participar y permite que se beneficien todos los pacientes de su servicio". Es imprescindible buscar cómo adaptarse al cliente digital aprovechando las fortalezas del sector, nadar contracorriente es un error. "Es como ponerse en frente del tsunami y levantar los brazos".

## Una de cada cuatro farmacias de Madrid

¿Qué opinión tiene el sector sobre su compañía? "Existe una disociación muy fuerte entre los que se muestran contrarios en redes sociales de una forma casi militante y la mayoría de los farmacéuticos. Los primeros pretenden generar una corriente de opinión, pero la realidad es que crecemos cada vez más en número de farmacias", asegura Martín Lázaro. "Cuando podemos explicar en profundidad el proyecto al farmacéutico y este comprueba por sí mismo, con espíritu crítico o sin él, en qué consiste y en qué se puede llegar a convertir el proyecto, ocho de cada 10 se adhieren. Una de cada cuatro farmacias de Madrid está adherida a LUDA. Todos esos datos corroboran que la propuesta es aceptada por una buena parte del colectivo". Con todo, indica que, "a pesar de las campañas en contra esa realidad, todas ellas nos dan fuerza, nos refuerzan en el convencimiento de que nuestra propuesta es buena para las farmacias".

"Estamos muy atentos a lo que el sector nos pide, a sus inquietudes. Intentamos asesorarnos por profesionales conocedores del sector porque sabemos que debemos estar alineados con lo que ellos quieren. Existe una mayoría de farmacéuticos que no quiere perder un mercado que ha hecho crecer durante muchos años, pero a la vez los farmacéuticos quieren que se siga respetando su manera de hacer las cosas, que muchas veces va en contra de todo sentido mercantil. Un ejemplo de ello es que una de las exigencias es poder negar la venta de ciertos productos de parafarmacia si son demasiadas unidades o si no se adapta a la necesidad concreta para lo que se quiere adquirir. La dimensión asistencial de los farmacéuticos es mucho más amplia de lo que la población puede imaginar. Nuestra propuesta hace posible este deseo sin tener que renunciar a la forma de trabajar ni a desembolsar grandes sumas de dinero sin ninguna garantía de éxito", asegura el socio fundador de LUDA Partners.

"Lo bueno de estas críticas es que han hecho que nos conozca todo el mundo. Aunque haya que desmentir constantemente los bulos que lanzan". Para que quede claro, insiste una vez más que "LUDA no vende medicamentos. LUDA no vende ningún dato y en nuestros contratos queda claramente especificado y firmado. LUDA no pretende cambiar el modelo de farmacia porque LUDA estará siempre al lado de lo que la farmacia quiera, porque su éxito depende del éxito de las farmacias". +