

ÓSCAR GARCÍA, DIRECTOR GERENTE DE ECOCEUTICS

Ecoceutics ayuda a la farmacia asociada a desarrollar su negocio

A SUS RESPONSABLES NO LES INTERESA LA CANTIDAD DE FARMACIAS QUE ESTÉN ASOCIADAS A ECOCEUTICS. NO ESTÁN CENTRADOS EN EL NÚMERO, SINO EN SATISFACER A LAS QUE ESTÁN EN EL GRUPO. SU PUNTO FUERTE ESTÁ EN LOS SERVICIOS QUE BRINDA A LAS FARMACIAS. EL DE CONSULTORÍA Y EL DE TARJETA DE CLIENTE SON SERVICIOS MUY CONSOLIDADOS.

Actualmente, hay 182 farmacias Ecoceutics en Cataluña, Baleares, Aragón y Andorra. **Óscar García**, su *director gerente*, celebra que ahora están presentes en dos comunidades autónomas más con respecto al año pasado. *“Crecemos de manera coherente, sostenible y sin renunciar a nuestro modelo. Esperamos llegar a cerca de las 200 farmacias en 2016”*, pronuncia. De acuerdo con sus palabras, *“Ecoceutics está pensado para responder a la farmacia y darle aquellos servicios que por sí sola no puede desarrollar o que los tiene que subcontratar a terceros con un coste importante”*. Uno de sus principales servicios es el de consultoría. La brinda un equipo multidisciplinar; con economistas, farmacéuticos e ingenieros, entre otros profesionales. Con este perfil multidisciplinar, se ayuda a la farmacia a desarrollar su negocio, *“desde el punto de vista estratégico y desde el punto de vista operacional”*. Es decir, en merchandising, en gestión de categorías, en estructura y organización interna, en evaluación de equipo, en estudios de mercado y en información de mercado. *“Estamos proveyendo a la farmacia de señalética interna y externa. El 70% de nuestras farmacias está señalizado, con su rótulo, con*



su mobiliario, con bata. Somos líderes y no hay otro grupo con un nivel de 'branding' como el nuestro", asegura García.

También entregan servicios de fidelización. 250.000 usuarios disponen de la tarjeta de cliente Ecoceutics. Recientemente, han lanzado una completa app para el cliente final. Aparte de poder consultar sus puntos, de canjear sus cupones y de conocer las promociones; puede realizar encargos a su farmacia Ecoceutics mandando fotografías hechas con el móvil del producto que necesita y e ir a recoger después el encargo. Cuando el usuario se descarga la aplicación, ésta le dice, por geolocalización, qué farmacia está más cerca. Además, se pueden hacer consultas al farmacéutico y reservar cita para los servicios que den en la farmacia. Posee un apartado cuyo objetivo es mejorar la adhesión al tratamiento de los pacientes, con funciones que van a recordar al paciente cuándo tiene que tomar su medicación.

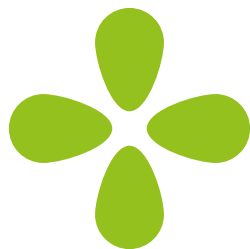
“ECOCEUTICS ESTÁ PENSADO PARA RESPONDER A LA FARMACIA Y DARLE LOS SERVICIOS QUE POR SÍ SOLA NO PUEDE DESPLEGAR”

Otros servicios que da son el canal de televisión, las campañas de educación sanitaria, la formación, la agenda de embarazo, el de canastillas de bebés, su revista, el de business intelligence (con información de mercado y panel propio de precios).

Por otro lado, Ecoceutics desea estar cerca de la farmacia y organiza convenciones regularmente. *“Hacemos un esfuerzo importante para invertir en consultoría para nuestras farmacias y este año haremos un esfuerzo importante en aumentar el número de convenciones. No sólo con los titulares sino con los equipos de las farmacias, para estar cada vez más cohesionados y que las políticas se puedan realizar de una manera conjunta. La idea es implicar al equipo”*, aclara.

Venta online

Sobre la venta online, García comunica que están reconfigurando su estrategia. *“Hay muchas farmacias que venden online, pero nos encontramos con guerra de precios. Lo difícil no es vender por Internet, sino que sea rentable vender por Internet. Por esto, estamos replanteando nuestra estrategia online y esperamos que en el*



**farmàcies
ecoceutics**

último trimestre de este año tengamos un nuevo proyecto en marcha”, afirma.

Subraya que su estrategia es, cara al futuro, encontrar su sitio en la utilización de la tecnología; *“que el cliente pueda pedir por el móvil o por otro dispositivo, que pueda comprar en diferentes formatos. La venta online no puede seguirse apoyando sólo en el precio”,* advierte. Con su plan de incentivos, el objetivo es solucionar una carencia. Las farmacias, principalmente las pequeñas, tienen dificultad de poner en marcha estos programas de incentivos al equipo, sobre todo por las carencias en el seguimiento de los incentivos. Desde Ecoceutics, pretenden dar solución a esta carencia. *“Incentivando a los equipos de las farmacias, vamos a conseguir engrasar la cadena de transmisión del establecimiento; vinculando los objetivos del farmacéutico a los objetivos del equipo”,* sugiere García.

Con todo, hay *“varias ventajas importantes”* para la farmacia que está en Ecoceutics, *“tanto cuantitativas como cualitativas”*. Las cita García: *“Hay aspectos cuantitativos como comprar mejor. Con Ecoceutics, una farmacia va a comprar mejor de lo que lo hace individualmente. Además, le vamos ayudar a desarrollar*

su negocio, a vender más. Y en los cualitativos, la farmacia se beneficia del 'networking' generado entre los asociados. El hecho de poder compartir experiencias, acciones, estrategias. Las que hay en Ecoceutics son farmacias dinámicas e inquietas. El farmacéutico al final tiene que hacer de director de compras, de director de Marketing, de director de personal, etcétera. Eso ha calado ahora en el sector. Es una realidad. Es algo que ahora está pasando y que Ecoceutics está dando a la farmacia. No sólo a nivel económico, sino también a nivel de tiempo del titular. Un farmacéutico que está en Ecoceutics va a tener unas soluciones que si las quiere buscar fuera de un grupo como el nuestro va a tener que dedicar esfuerzo y tiempo”.

“Ecoceutics ha mantenido en estos diez años una trayectoria creciente. Estamos respondiendo a las expectativas de nuestros clientes. Nuestro proyecto es una carrera de fondo. Vamos creciendo de manera paulatina. Estamos cumpliendo nuestro plan estratégico. Este año hemos puesto también en marcha una campaña con medios al consumidor final. Uno de nuestros valores más importantes es la innovación. Son tendencias para mejorar los resultados de la farmacia”, termina el director gerente. +

Sinergias con Farmunid

Preguntado por el acuerdo con Farmunid, que agrupa a 22 farmacias en Mallorca; Óscar García relata que se ha firmado para conseguir sinergias entre los dos grupos. *“Nosotros tenemos un plan de expansión para crecer poco a poco. Teníamos intención de entrar en Baleares y Farmunid necesitaba dar servicios a sus farmacias. Hemos conjugado una simbiosis. La alianza ha satisfecho a las dos partes. La filosofía de ellos y la nuestra es compartida y ha sido fácil llegar a este acuerdo”,* explica. Farmunid sigue gestionando directamente las compras y Ecoceutics comparte servicios con ellos. *“Una farmacia asociada a Farmunid es una farmacia asociada a Ecoceutics. A nivel de compras, sostenemos su modelo. La colaboración está más delimitada al área de servicios; a la consultoría, a la tarjeta de cliente, a la revista, etcétera”,* indica. Ecoceutics cuenta con una marca de productos propia, con 58 referencias (repelentes de insectos, complementos alimenticios, productos de higiene, de pedicura y de manicura y algún producto de la categoría infantil), y las farmacias de Mallorca la distribuyen.