

OSCAR GARCÍA, DIRECTOR GENERAL DE FARMACIAS ECOCEUTICS

Ecoceutics propone un modelo de farmacia innovador

LA COMPAÑÍA, CON SEDE EN CATALUÑA AGRUPA YA A MÁS DE 150 FARMACIAS. SU APUESTA SE CENTRA EN EL CAMBIO DE UN MODELO DE FARMACIA TRADICIONAL ORIENTADO A LAS VENTAS, A LA FARMACIA MULTIFUNCIÓN QUE SE CONFIGURE COMO UN ESPACIO DE SALUD AL SERVICIO DEL PACIENTE

Desde que en 2005 naciera el grupo con una clara orientación de ayudar a las oficinas de farmacia a optimizar sus recursos y a mejorar la gestión de interna del negocio, Ecoceutics ha crecido exponencialmente años tras año. La clave del éxito reside en una estrategia de consolidación que apuesta por un crecimiento sostenible en lugar de que éste se fundamente en la captación de nuevos socios. *“No estamos preocupados por cuántas farmacias conseguimos anualmente, sino en la satisfacción de las que ya trabajan con nosotros. Nuestra principal prioridad es que la oficina que forme parte de nuestra filosofía, sea capaz de crecer y desarrollarse en un entorno que actualmente no es favorable”*, declara **Oscar García**, director general de farmacias Ecoceutics.

La incidencia de la crisis, los impagos de las administraciones, las dificultades para sacar las cuentas adelante, etc. Son algunas de las medidas a las que el farmacéutico tiene que enfrentarse e intentar dar una solución aceptable para sanear su negocio. Por eso, la solución en los últimos años es la unión de profesionales. Esta estrategia de integración coincide con la tendencia europea de optar por una mayor concentración. El resultado es el nacimiento de grupos como Ecoceutics que promueven el desarrollo de la farmacia y multiplican su eficiencia. *“Ante la inseguridad e inestabilidad que está experimentando el sector, nosotros ofrecemos un proyecto de vida estable para la farmacia que sea capaz de ofrecer un valor diferencial al cliente”*.

Servicios competitivos

152 Para ello Ecoceutics pone a disposición de sus socios un amplio programa de servicios orientados a la excelencia en la farmacia. Las principales acciones del grupo están orientadas a que la farmacia sea capaz de alcanzar la excelencia en cuestiones como la planificación del marketing, la competitividad en las propuestas de formación, la mejoría en la gestión



interna del negocio, etc. "Son áreas que en condiciones normales tienen que asumirlas el farmacéutico, y es imposible que éste sea eficiente en todo. Por esta razón, nosotros le ayudamos con asesoramiento en cuestiones clave que permitan potenciar el negocio y ser más competitivos", afirma Oscar García. Uno de los servicios esenciales es la consultoría porque permite trabajar con un grupo reducido de farmacias con la finalidad de que ganen tiempo, aumenten la rentabilidad, mejoren el rendimiento y sean más eficientes en los costes. Esto se consigue gracias a la labor desempeñada por la figura del consultor que visita periódicamente estas farmacias y aporta soporte en la gestión. "Se trata de poner nuestros recursos en común para desarrollar un modelo de farmacia con procesos similares y que se capaz de aportar un valor diferencial al consumidor", añade el director general de farmacias Ecoceutics.

Además de estos servicios, el grupo ofrece una marca propia con más de 65 referencias en cinco categorías de productos diferentes. La higiene corporal, la línea de food supplements, los repelentes de insectos, los artículos relacionados con manicura y pedicura y la fitoterapia son las especialidades más demandadas.

Nuevo modelo de farmacia

Pero la apuesta más importante de Ecoceutics es el cambio del modelo de farmacia. La idea principal que defiende el grupo es la de una oficina que tenga como referente la competencia en la gestión, en lugar de las ventas. "Nuestros objetivos están vinculados al crecimiento de las farmacias, y no en los resultados económicos. Pretendemos que mejoren en temas como la organización, los planes de incentivos, la mejora de la gestión interna de la oficina, el merchandising, etc.", advierte Oscar García.

Este nuevo formato de farmacia que la compañía lanzó el año pasado como una de las principales novedades y que ya está cosechando gran éxito entre sus socios, supone un cambio en la labor del farmacéutico de manera que pase de ser experto en producto, a ser experto en

"BUSCAMOS QUE EL FARMACÉUTICO COMIENCE A ACTUAR COMO COACH DE LA SALUD DEL PACIENTE"

soluciones. "Buscamos que el profesional de farmacia comience a actuar como coach de la salud del paciente. No se trata de cambiar el mobiliario, de señalética, etc. sino que es un concepto que tiene que ser coherente con la filosofía del grupo".

Los datos

Los resultados de la entidad están siendo positivos. El año pasado alcanzó una facturación de 2 millones de euros y las previsiones para 2015 se centran en conseguir cerca de 3 millones de euros de facturación. También ha crecido el número de farmacias que han optado por formar parte de Ecoceutics, de las 140 que integraban el grupo en 2014, a las 155 que hay este año. Junto a estos datos, la firma se encarga de negociar 80 millones de euros de diferentes proveedores, desde mayoristas, hasta laboratorios. "Los resultados nos animan a ser positivos y auguran un futuro próspero para la compañía. Pero hay que tener presente la labor que nos define, y nuestra meta fundamental es servir como un agente de negociación, y no como un intermediario de compra y venta", declara el director general de farmacias Ecoceutics.

La estrategia de Ecoceutics para los próximos años es seguir creciendo y lograr una mayor implementación en todo el territorio nacional. Presente sobre todo en Cataluña y Andorra, la marca se plantea una ampliación a Baleares y otras comunidades autónomas. El objetivo no es tanto adquirir mayor número de farmacias, como obtener una mejoría visible del modelo de farmacia. +



OS INVITAMOS A NAVEGAR POR ESVIVIR.COM
Y A FORMAR PARTE DE LOS



ESTILOS DE VIDA QUE ATRAPAN

BIENESTAR, OCIO, TECNOLOGÍA, HOGAR Y ESTILOS DE VIDA

esVivir