

“Una farmacia de menos de 200 metros cuadrados, cinco empleados, y con exposición, está condenada a desaparecer”

DESDE EL TRASLADO A SU NUEVA UBICACIÓN, HACE CASI CUATRO AÑOS, LA FARMACIA ARIAS, EN A CORUÑA, SE HA TRANSFORMADO EN UNA FARMACIA MODERNA, VOLCADA EN LOS SERVICIOS Y CON UNA AMPLIA EXPOSICIÓN DE PRODUCTO. LA DERMOFARMACIA OCUPA UN LUGAR PRIVILEGIADO.

Cuando su propietaria decidió abandonar su pequeña farmacia en plena época de crisis, en la que llevaba 26 años, lo hizo en busca de más espacio y de más alternativas para poder enfrentar los tiempos que corren. Decidió arriesgar.

“Hoy en día, una farmacia de menos de 200 metros cuadrados, cinco empleados, y con exposición, está condenada a desaparecer. Lo tengo clarísimo, y eso mismo dijeron en la última feria Infarma”. En estos términos se expresa **Elvira Arias**, una farmacéutica emprendedora con casi 30 años de profesión a sus espaldas y las ideas muy claras.

En su farmacia ofrecen todo tipo de servicios, cuentan con Reflotron para las analíticas de colesterol, triglicéridos, ácido úrico, medición de tensión... *“muchas veces sin que me lo pidan les digo, siéntese un momentito ahí, que le voy a mirar la tensión, porque hay personas que van por la vida sin saber que tienen la tensión alta, y tú se lo notas por deformación profesional”*, señala. También ofrecen el servicio de control de peso, una nutricionista acude a la farmacia dos o tres veces al mes.

ConSIGUE

La farmacia Arias forma parte del programa conSIGUE, promovido por el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos y el Grupo de Investigación en Atención Farmacéutica de la Universidad del Granada, para evaluar el impacto del seguimiento farmacoterapéutico. Así lo valora la farmacéutica, *“es un programa para personas de más de 65 años y polimedicadas, con más de seis medicamentos, y yo creo que es el futuro. Hablando el otro día con los médicos del centro*



de especialidades me decían que lo ven muy interesante, porque la farmacia debería funcionar como un sistema de alerta. Nosotros somos técnicos del medicamento y hay cosas que claman al cielo, damos consejo sobre formas farmacéuticas o revisamos interacciones, vemos si una persona está tomando mal la medicación, o que no lleva una pastilla porque no la quiere pagar, pero ves que está descentrada. Si no hacen caso yo me tomo la libertad de llamar al médico y decirle, contrólole porque creo que no está tomando bien la medicación. Yo creo que este programa tiene que ir adelante, e incluso están

“Hay personas que van por la vida sin saber que tienen la tensión alta, y tú se lo notas por deformación profesional”



pensando en incluirlo como un servicio remunerado para la farmacia a través de la seguridad social, porque es un servicio que le resta tiempo al médico.”

Dermofarmacia

Elvira Arias explica que lo más cuesta trabajar es la parafarmacia. La única solución es especializarse mucho, tener mucha formación. En su farmacia, quizás lo que más se mueve es el cuidado dental, la higiene, la dietética y la dermofarmacia.

Precisamente para potenciar esta última área, han creado una tarjeta de fidelización propia, y está muy satisfecha con la evolución. *“Es una manera de hacer un detalle a los clientes en modo de descuento y conseguir que compren aquí la dermofarmacia, de atraer al cliente para que tu farmacia sea su punto de referencia. Es una lucha constante por intentar traer a la farmacia cosas que no debieron salir nunca de ella.”*

En línea con esta estrategia de potenciación, entre sus planes inmediatos está el colocar un mostrador independiente de los otros tres con los que ya cuenta, para atender la dermofarmacia, y ya está planificándolo con Tecnyfarma, quienes también le reformaron la farmacia. *“De este modo no se ocupa un punto de venta de receta, y se hace una dispensación más rápida mientras que puedes consultar un precio sin ir continuamente al otro mostrador. Porque el flujo de gente de recetas es importante, entonces hay cola, y una persona que quiere comprar una crema, si ve la cola se marcha. Y eso no te lo puedes permitir. Estás permanentemente inventando qué puedo hacer para que mi farmacia dé mejor servicio, a la gente le apetezca venir, se vaya con un buen recuerdo, se sienta bien atendida... eso es a base de meter más personal, y que el personal esté contento, motivado, formado, que sea consciente que esto es un barco en el que vamos todos, etc. Es una empresa. Ante todo ahora mismo los farmacéuticos somos empresarios.”*

Lierac

Aunque hace poco tiempo que introdujo la marca en el surtido de su farmacia, se siente conquistada por ella. *“Para mí Lierac es una marca, dentro de la farmacia, sensual. Es una combinación de textura, olor, penetración. No es pringosa, no brilla, es una crema de alta gama pero con muchísima más concentración de principios activos, de estudios, más aval científico, que no están gastando en publicidad sino en lo importante. A mí me ha conquistado. Esta es una línea que se vende sola. Tengo los probadores en el mostrador, la gente los empieza a oler e inmediatamente preguntan. Han conseguido algo que te llama la atención, te entra. Tiene una presentación muy bonita, pero más que la presentación son las texturas y los olores, es muy agradable.”* También se muestra encantada con el trato, la atención y la formación recibida, y de hecho se decidió a introducir también en la farmacia la línea de cuidado para el cabello, Phyto.

Arias explica que además hubo otro motivo para introducir la marca en su farmacia, y fue diferenciarse, tener más de una buena marca que ofrecer y ser diferente de las farmacias de su alrededor. Ahora mismo sólo dos farmacias más en la ciudad pueden ofrecer sus productos, y están alejadas de la suya. *“El farmacéutico estaba muy acostumbrado a que le viniesen a por las cosas, porque no las tenía nadie más, y era muy trabajar fácil así. Ahora ya no, tienes que diferenciarte, que una persona venga hasta aquí porque sabe que va a salir con lo que necesita. Esto es algo que la compañía está respetando, y también buscan un determinado perfil de farmacia, lógicamente quieren su espacio, que la persona se implique, que se les trabaje, porque para ellos es una inversión.”*

Valor

Preguntada sobre la actualidad farmacéutica, señala que lo que más le preocupa es, quizás, la bajada del precio de los medicamentos, porque se está devaluando su valor y eso acabará pasando factura a nivel de investigación, de calidad de excipientes, de tolerancia de principios activos... así de tajante se muestra al respecto. *“No son iguales los genéricos, lo diga quien lo diga, no son lo mismo, y es lo primero que te enseñan en primero de Farmacia. Para mí y para mi familia no quiero genéricos, y me preocupa porque realmente se está abusando de ellos hasta en niños. Me parece que se recorta en las cosas que no son realmente esenciales. La seguridad social costea operaciones de altísimo riesgo como poner stents o trasplantes de corazón, y luego les obligan a recetar genéricos. En muchos casos han tenido que dejar de hacerlo porque están teniendo problemas de coagulación con los stents. Es un despropósito.”*

Nos despedimos con una sensación optimista, de que las cosas comienzan a recuperarse poco a poco, y con la certeza de que Elvira es una farmacéutica con una gran vocación, *“lo que más me gusta de mi profesión es la gente, sentirme útil, me gusta ayudar. Es muy gratificante.”*+

