

# Farmapremium, en contacto con el paciente más allá de la puerta de la farmacia

LOS SERVICIOS Y EL CONCEPTO DE FARMACIA COMO CENTRO DE SALUD Y BIENESTAR GUÍAN LOS PASOS DE LA FARMACIA BELLAVISTA. EL SISTEMA FARMAPREMIUM ES UNA HERRAMIENTA MÁS ENCAMINADA A LA SATISFACCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE SUS CLIENTES.



La farmacia del siglo XXI se orienta hacia las necesidades que manifiesta el cliente/paciente, y hacia ello se han volcado los seis integrantes del equipo de la Farmacia Bellavista. Aunque el eje principal sigue siendo el medicamento y el cuidado de la salud, que la persona conozca el medicamento que le han prescrito y cómo lo tiene que tomar “de este eje central cuelgan muchas ramas, y una a la que le hemos dado mucha prioridad desde hace años es la nutrición, entendiendo que es una fuente de búsqueda de la salud”, explica **Francesc Bellavista**, titular de la farmacia.

También es importante el área de cuidado de mayores, dentro de la cual están desarrollando servicios como el cálculo del riesgo cardiovascular, o campañas como el cribaje del cáncer de colon.

## Profesionalización

En opinión del farmacéutico, la remuneración de los servicios es algo indiscutible, “cuando prestas un servicio desde el punto de vista de la excelencia y la profesionalidad, tiene que valorarse por medio de una remuneración. Primero porque tiene un coste añadido, y además porque si no el cliente no lo valora. Mi experiencia es que cuando el servicio es bueno y está bien desarrollado, el cliente no se queja por pagar un servicio. Cada vez la gente se acostumbra más a que los servicios tienen un precio. También tienen que ser autofinanciables, es decir que no pueden causar una sangría económica a la farmacia”.

Desde el mostrador, en sus más de veinte años de ejercicio profesional, ha observado cómo el cliente de la farmacia demanda cada vez más



productos de autocuidado y búsqueda de la salud y el bienestar. *“En el ámbito de cosmética, además de productos tópicos, se piden antioxidantes, productos que actúen desde dentro, que prevengan. También en el tema cardiovascular, todo lo que son omega 3, coenzima Q10, cosas que protejan el corazón, o desde el ámbito más interno todo el tema de los probióticos para regenerar la flora intestinal, aumentar las defensas. Se está cambiando la visión y la farmacia ya no es tanto un centro de enfermos, sino que es un centro de salud y bienestar. Y creo que este es el gran cambio.”*

### Nuevos tiempos

Francesc Bellavista decidió sumarse al proyecto Farmapremium hace casi tres años porque el entorno se lo demandaba. Observó que otros sectores contaban con tarjetas, y que había pacientes que le preguntaban, así que se decidió a estudiar qué opciones había en el mercado en el ámbito de la farmacia, y conoció Farmapremium a través de Fedefarma, la cooperativa de la que es socio.

Desde su punto de vista *“Farmapremium además de fidelizar, lo que hace es mantener el contacto con el cliente cuando no está en la farmacia. Y por otro lado premiar el que la persona nos conceda su tiempo y su confianza, viniendo a la farmacia. Es muy fácil de utilizar, gratuito, y que permite un intercambio de premios muy rápido, por lo que genera un feedback positivo. Básicamente es un 3% de descuento en todo lo que no sea medicamento de una forma muy*

*fácil”*. El cliente puede recibir una revista en su casa mensualmente, y algún sms o correo electrónico con promociones o temas de interés, pero sin resultar excesivo, de manera que se mantiene un contacto más allá de cuando está físicamente en la farmacia. En el caso de la Farmacia Bellavista, los clientes la han aceptado muy fácilmente, y según el farmacéutico la clave del éxito de la implantación ha sido *“que todo el equipo lo ha visto como algo muy positivo, y así es más fácil exponerlo y llevarlo adelante, por eso en poco tiempo hemos llegado a la cifra de más de 1.200 activas”*.

Además, tal y como explica Bellavista, los clientes están encantados con la idea de tener esta herramienta de su farmacia, les gusta. *“Lo ven como un trato diferencial, les haces algo especial para ellos, y además el retorno de la gratificación en descuento es bastante rápido. El tanto por ciento de gente que tiene puntos y los consume es altísimo, con lo cual la gente lo considera como algo útil y positivo. Es un proyecto que supone un poco de trabajo, pero la gratificación personal es alta”*.

### Todo ventajas

Al farmacéutico no le cuesta enumerar todas las ventajas que Farmapremium aporta, *“en primer lugar agilidad de uso, es fácil usarla; para la farmacia no supone ninguna complicación, ni en la gestión, ni en el tema de información ni de enviar los mensajes, porque eso lo hace Farmapremium. Solo tiene que entregarla y rellenar un pequeño formulario muy rápido. Por otro lado, como el premio que recibe el paciente es muy rápido, esto genera mucho intercambio y es positivo, no lo ve como algo lejano si tiene un consumo normal, es ágil, es tangible”*.

A la hora de elegir el programa de fidelización que mejor se adaptase a sus necesidades, Bellavista lo tuvo claro, eligió Farmapremium por varios motivos. En primer lugar porque es un proyecto a nivel nacional, de modo que la información de uso que le envían trimestralmente, en comparación con otras farmacias, le da una perspectiva amplia, a nivel nacional. En segundo lugar, porque está respaldado por cooperativas de todo el territorio español, como en este caso Fedefarma, *“y el beneficio es para los farmacéuticos, no para una S.A., lo que me da confianza. Y tercero porque vi su utilidad y su facilidad de uso, que no me generaba una complicación más a la hora de la dispensación, sino que era muy ágil. Y esos tres factores me ayudaron a decidirme”*, puntualiza.

### Subirse al tren

Bellavista reivindica que la farmacia debe incorporarse a proyectos como Farmapremium para no quedar atrás con respecto a otros sectores de

consumo. *“Es ágil y positivo, y hay que estar ahí. Si desde hace años hay otros sectores que utilizan este tipo de programas, la farmacia no se puede quedar atrás. De hecho la sociedad lo demanda. Animo a los compañeros con Farmapremium, porque está muy bien estructurado”*. Satisfecho con el servicio que le ofrecen, expresa el deseo de que no bajen la guardia. *“El trabajo que han hecho es muy bueno, y espero que sigan en esta línea. Están creciendo mucho a nivel de toda España, y espero que sigan siendo activos como ahora, ágiles, que no sea un barco muy grande y después cueste maniobrarlo”*.

Como despedida, el farmacéutico anima a los compañeros a que sigan trabajando por y para la farmacia y los pacientes, logrando el equilibrio entre lo económico y lo sanitario, y enfocados hacia la salud y el bienestar. +

**“CUANDO PRESTAS UN SERVICIO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA EXCELENCIA Y LA PROFESIONALIDAD, TIENE QUE VALORARSE POR MEDIO DE UNA REMUNERACIÓN”**



Francesc Bellavista