"El principal motor de la robotización es la optimización de la gestión"

APOTHEKA FUE FUNDADA HACE 40 AÑOS POR FARMACÉUTICOS, CON EL OBJETIVO DE AYUDAR AL COLECTIVO A TRANSFORMAR SUS FARMACIAS EN ESPACIOS MÁS VANGUARDISTAS, FUNCIONALES Y MODERNOS.

Desde entonces, la experiencia adquirida tras más de 20.000 instalaciones en todo el mundo, junto con la innovación y desarrollo que caracteriza al grupo, han permitido que lideren el sector. A día de hoy, sus proyectos trascienden más allá de las facetas arquitectónica y tecnológica, incorporando soluciones, herramientas y programas formativos que adaptan cada farmacia a las nuevas necesidades de pacientes y consumidores. Realizan unas 150 reformas al año, y prevén llegar a las 180 en 2015.

Hablamos con **Carmen Palos**, *directora operativa en España y Sudamérica del Grupo Apotheka*, sobre las tendencias actuales en cuanto a diseño en las farmacias. *"La farmacia, en términos de diseño, interiorismo y comunicación en el punto de venta, se acerca cada día más al llamado "retail marketing", tratando de lograr espacios de salud en los que se diferencian los distintos ambientes y se mima la exposición, buscando ofrecer una buena experiencia de compra. En cuanto a tendencias, la madera seguirá estando presente como complemento*

decorativo, predominando los colores neutros y utilizándose texturas cada vez más atrevidas".

Traje a medida

Apotheka llega a todas las provincias españolas, y por lo tanto la variedad de farmacias y perfiles son muy diversos. Hay que tener en cuenta, además, que al ser fabricantes tienen la posibilidad de adaptarse a las necesidades del cliente tanto en diseños como en precios. El denominador común que une a todos sus clientes es la búsqueda de su apoyo y asesoramiento, mucho más allá de la adquisición de unos elementos de mobiliario.

Palos ha observado también un cambio en la actitud del farmacéutico en los últimos tiempos. *"Especialmente en este 2015 se ha experimentado un cambio positivo. La situación pasada los últimos años, y sobre todo la incorporación de nuevas generaciones a la gestión de las farmacias, hacen que el colectivo entienda cada vez mejor que deben evolucionar, construyendo sus modelos en base a criterios empresariales y apoyándose en los mejores profesionales. En los inicios de nuestros proyectos, procuramos conocer a fondo a nuestro cliente. Nuestro objetivo es tener claro qué idea se ha hecho de su nueva farmacia. Es necesario estudiar a fondo el entorno, las características del local y su ubicación, así como analizar ventas y el perfil del paciente, tratando de aunar todos estos elementos en un proyecto que satisfaga las necesidades de la población, y conservando la personalidad de cada uno de nuestros clientes".*

"EL COLECTIVO ENTIENDE CADA VEZ MEJOR QUE DEBEN EVOLUCIONAR, CONSTRUYENDO SUS MODELOS EN BASE A CRITERIOS EMPRESARIALES"

Tras una reforma, el farmacéutico se encontrará con una botica más atractiva, ordenada visualmente y más rentable, gracias al aumento de facturación, señala la directora, especialmente en venta libre. El efecto no sólo se atribuye al hecho de haber ampliado y mejorado su espacio comercial, sino a la realidad del titular que, consciente del esfuerzo económico y humano que suponen estos procesos de transformación, aprovechará también para dar un salto cualitativo en el conjunto de sus políticas, logrando una mayor notoriedad de marca gracias al lanzamiento de una nueva identidad corporativa y digital, a políticas de compra más metódicas y acertadas, y a equipos mejor formados y motivados.

Robotización

Años atrás, eran muy pocas las farmacias que consideraban la robotización como la herramienta ideal para optimizar y mejorar su nivel de gestión interna. Sin embargo, en los últimos tiempos, tal y como destaca **Manuel Plaza**, *CEO de Mach4, "el principal motor de la robotización es la optimización de la gestión: control integral de fechas de caducidad, moderación de stocks y adecuación a las ventas reales, automatización de pedidos en base a rotación, movimiento y priorización en la venta de aquellas marcas que interesan en cada momento, velocidad y control en el proceso de la receta electrónica, etc. Desde esta perspectiva, prácticamente todas las farmacias podrían ser robotizables. Aunque claro está que cuanto mayor sea el volumen de ventas más resolutiva será la robotización como herramienta de gestión, apoyo y control".*

Hasta ahora los titulares han venido apostando por su ERP como el único aliado a la hora de gestionar la farmacia. Y no cabe duda de que es la herramienta adecuada, si nos olvidamos de que no está ligada de forma física alguna a los productos. Esta ligazón la realiza el robot, de tal forma que todo envase físico queda perfectamente localizado y controlado. *"De este modo, la gestión y el control pasa de ser un supuesto teórico a una realidad tangible. Gracias a ello, podemos optimizar el proceso de compras ligándolo a nuestras ventas reales, podemos gestionar el 100% de los productos por su fecha de caducidad, podemos estar seguros de que siempre dispensamos el producto que antes caduca de los que tenemos en nuestro stock, y un largo etcétera de beneficios ligados directamente con la gestión. Por otro lado, tenemos la ventaja de haber podido optimizar, y muy posiblemente ampliar, el espacio de atención al público de nuestra farmacia. Finalmente, el tiempo extra que el robot nos proporciona delante de nuestros pacientes, podemos utilizarlo no sólo para posibles operaciones de venta cruzada, sino, lo que es mucho mejor, para poder fidelizar al paciente con ese trato personalizado y único que nos diferencia de las demás farmacia de la zona"*, explica Plaza.

Mach4

En el mundo, cuentan actualmente con más de 3.000 instalaciones, y en España, más de 70, presentes prácticamente en todas las provincias. Esperan cerrar el año 2015, proyectando las operaciones desarrolladas hasta el momento, con 10-12 máquinas. Además, Mach4 Iberia ha empezado su andadura en el sector hospitalario, habiendo ganado hasta el momento el concurso e instalación de 5 máquinas en diferentes hospitales españoles. Tal y como nos explica el CEO de Mach4, *"el robot más demandado es el modelo Robomat Mach4, que incorpora dos sistemas diferenciados para gestionar específicamente cada medicación en función de si se trata de un medicamento de alta, media o baja rotación. Del mismo modo, los tres sistemas incorporados de manipulación de los envases lo convierten en el robot más rápido del mercado, el que precisa menos tiempo del farmacéutico gracias a la carga es automática. Además el robot se asegura de que todos los medicamentos sean conveniente cargados, incluso cuando el robot está dispensando de forma continua. Este factor supone una diferencia enorme con respecto a los sistemas de cinta de entrada que existen en el mercado".*

La inversión depende de las necesidades de cada farmacia, pero en líneas generales se puede marcar la línea inferior en los 85.000 euros, y el coste promedio de inversión es de unos 130.000 euros. Con respecto al retorno de la inversión, lo habitual es hablar de un periodo de entre tres y cuatro años.