

“Hemos atravesado un periodo de ocho a diez años en el que el precio ha sido el rey”

LA ZARAGOZANA FARMACIA DON JAIME HA SABIDO REINVENTARSE ANTE LAS DIFICULTADES DERIVADAS DE LA CRISIS, INVIRTIENDO EN TECNOLOGÍA PARA ROBOTIZAR EN EL MOMENTO MÁS DIFÍCIL. TRAS COMPENSAR LOS FRUTOS DE SU INVERSIÓN, CUENTAN CON UN BALANCE MUY ALENTADOR PARA LOS PRÓXIMOS EJERCICIOS.



Se trata de una farmacia abierta 12 horas todos los días del año, ubicada en una emblemática calle de Zaragoza, en la cual trabajan nueve personas, de las cuales dos se dedican íntegramente al SPD (Servicio Personalizado de Dosificación). Al estar situada en el casco histórico, cuenta con público de todas las edades y muy variado, además de localizarse en un lugar de paso estratégico, y por ese mismo motivo también cuenta con farmacias muy próximas, a menos de 100 metros, lo que les obliga a buscar elementos diferenciadores.

Hablamos con **Carmen Plaza**, farmacéutica al frente de la Farmacia Don Jaime, diplomada también en Nutrición y Dietética, quien nos explica que al margen de los medicamentos, “los productos de mayor rotación son las Especialidades Farmacéuticas Publicitarias, seguido de las categorías de higiene bucal y cosmética. Últimamente también estamos experimentando un aumento en las ventas de productos relacionados con nutrición infantil, y en general con todo lo relacionado con los bebés y los niños, al haber podido destinar más espacio a la exposición de este tipo de productos”.

En cuanto a servicios que ofrecen a los pacientes, nos explica que el principal es el Servicio Personalizado de Dosificación para pacientes polimedicados, y para llevarlo a cabo han apostado por un robot Mach4. También se han centrado en su consulta de nutrición, y en determinaciones como la glucosa, colesterol, celiaquía e intoleran-

“2015 SUPONE UN PUNTO DE INFLEXIÓN EN EL QUE LA CALIDAD, TANTO DE LOS PRODUCTOS COMO DEL SERVICIO, ESTÁ COBRANDO CADA DÍA MAYOR IMPORTANCIA”

cias alimentarias, interpretando los resultados y proporcionando información para el cambio. En opinión de Plaza, “es necesario que la Farmacia Comunitaria participe más activamente en la prestación de servicios de prevención y seguimiento, ya que además de ayudarnos en el cumplimiento de nuestra misión social y suponer un ahorro para las instituciones sanitarias, ayuda a la farmacia a diferenciarse y a posicionarse. Sin embargo, han de ser suficientemente remunerados para que la actividad sea sostenible en el tiempo, como es el caso de Inglaterra, donde ya existe una cartera remunerada de servicios”.

Cambio de tendencia

Actualmente, la venta de dermofarmacia supone en la Farmacia Don Jaime un 8% sobre la facturación global. Aunque les encantaría tener más espacio exclusivamente dedicado para su venta y exposición, las características del local se lo impiden. Este déficit lo cubren con personal especializado en el consejo personalizado. Para su dinamización, cuentan con las animaciones de los laboratorios en los que se llevan a cabo análisis capilares o de la piel. También la categoría de productos naturales, que trabajan desde hace años, ha evolucionado hasta ser cada vez más demandada por los clientes de la farmacia.

Tal y como ha observado desde el mostrador la farmacéutica, “pienso que hemos atravesado un periodo de ocho a diez años en el que el precio ha sido el rey. Estos ocho años han sido coincidentes con la crisis global que se ha atravesado, y como todos sabemos España han formado una buena parte de ella. Sin embargo, desde mi punto de vista, 2015 supone un punto de inflexión en el que la calidad, tanto de los productos como del servicio ofrecido, está cobrando cada día mayor importancia y protagonismo”.

La Farmacia Don Jaime cuenta con un local muy pequeño, sin embargo dispone de una bodega que ha resultado ser crucial para llevar a cabo el cambio por el que apostaron en el año 2010. Así nos lo explica la farmacéutica,

“decidimos invertir en un robot Mach4. Esta decisión ha resultado ser una clave de nuestro crecimiento en los últimos cinco años, ya que, además del tiempo ganado tanto en carga como en dispensación, y la mejora del servicio al poder permanecer más tiempo cara a cara con el paciente, nos ha dado la posibilidad de aumentar 12 metros cuadrados nuestra ya pequeña exposición, que en nuestro caso supuso aumentar un 40% el espacio dedicado al público. Esto nos ha permitido crecer en categorías que para nosotros resultaban estratégicas”. Además, teniendo en cuenta la rotación de cada uno de los medicamentos, establecen los stocks mínimos tanto dentro como fuera del robot. Por otra parte, su robot es doble, y disponen de un módulo Speed Box, que incrementa enormemente la velocidad de dispensación.

Actualidad

Preguntada sobre el presente y el futuro del sector, Plaza señala que una de las cosas que más le preocupa es el retraso de los pagos de la factura farmacéutica en algunas autonomías, aunque afortunadamente Aragón no está entre ellas.

Por otro lado, señala que le resulta inquietante “la nueva normativa de descuentos de proveedores, recientemente aprobada en el Senado, puesto que de ella se desprende un importante aumento de la carga administrativa. Y por último, aunque en menor medida, todavía hay casos de desabastecimiento de medicamentos, tanto por posibles problemas de exportación paralela, como por haberlos sometido a una reducción tan grande en el precio que se ha provocado que algunos laboratorios no puedan fabricarlos”.



Carmen Plaza

Como a la mayor parte de las farmacias españolas, los sucesivos recortes y medidas para controlar el gasto farmacéutico de los años pasados han afectado también a la Farmacia Don Jaime, sin embargo se sienten orgullosos de haber sabido reinventarse, de haber sido valientes cuando invirtieron en robotizar, algo de lo que se sienten más que satisfechos, y que además se ha saldado con un resultado positivo.

Con humildad, ya que como ella misma dice “soy muy joven todavía para dar consejos”, Plaza afirma que desde su perspectiva “la clave es saber aprovechar al máximo la confianza que, como farmacéuticos, los pacientes depositan en nosotros cada día. Esto podemos conseguirlo estando cerca de ellos, ofreciendo siempre nuestra sonrisa, potenciando nuestros servicios, manteniendo lazos de comunicación distintos con aplicaciones o con las propias redes sociales, y aportándoles información de valor que genere compromiso y fidelidad”.

Enamorada de su profesión, disfruta del contacto directo con el paciente, que cada día es diferente detrás del mostrador de la farmacia. “En muchas ocasiones las personas sólo buscan que les escuches, y que intentes resolver sus problemas. Precisamente es en estos casos cuando más disfruto”, afirma contenta Carmen Plaza. +