

“La reforma de la farmacia ha hecho aumentar nuestra clientela y el ticket medio”



LAS HERMANAS HERRERO DE LA FUENTE ESTUDIARON JUNTAS FARMACIA, PERO, AL GRADUARSE, TOMARON CAMINOS DISTINTOS. LA OPORTUNIDAD DE DIRIGIR SU PROPIA FARMACIA LAS REUNIÓ EN PALENCIA, LA CIUDAD QUE LAS VIO NACER. AHORA YA ACUMULAN TRES AÑOS DE EXPERIENCIA DURANTE LOS QUE HAN ASENTADO UN NEGOCIO MODERNO SIEMPRE CERCANO A LOS CLIENTES.

Nacidas en Palencia (Castilla y León), las hermanas **Mariflor** y **Coral Herrero de la Fuente** no tenían ningún referente farmacéutico en la familia, pero ambas escogieron la rama de ciencias y acabaron haciendo carrera de Farmacia en Salamanca. Una vez graduadas, emprendieron caminos distintos: una estuvo en Madrid, la otra, pasó por Francia y el Caribe. Hace poco más de tres años, su vocación – ya profesión – las volvió a unir y actualmente dirigen juntas la farmacia Correos de Palencia.

“EL SISTEMA FARMACÉUTICO ESPAÑOL SE PODRÍA MANTENER BASTANTE ESTABLE, PERO EN VEZ DE ESO, HACEN LO CONTRARIO, NO AYUDAN”

Una oportunidad única

Fue “de improviso”, cuenta Coral. Cada una vivía en lugares distintos, pero se les presentó la oportunidad de adquirir una farmacia en su Pádua natal y, a pesar de tener que superar los típicos miedos iniciales, el negocio tomó buen rumbo en seguida. El pasado mes de agosto se cumplieron ya tres años desde que, en 2013, decidieron convertirse en las dueñas de su propia botica, que mucho ha cambiado desde entonces.

Poco más de un año después, decidieron realizar una reforma integral con la empresa Inside, a nivel de infraestructuras, que llevó más de medio año completarla. Debido a la envergadura y al hecho que el negocio siguió funcionando, los cambios se realizaron por etapas. El local, de unos 90 metros cuadrados, contaba con dos accesos que, en un principio, pensaron en reducir a uno. Finalmente, no sólo optaron por mantener ambos, sino que se mejoró la accesibilidad de uno de ellos, construyendo una rampa. “Es lo mejor que hemos hecho”, aseguran las hermanas, quienes explican cómo los clientes han valorado positivamente y han agradecido el hecho que se hayan eliminado “barreras” de una de las entradas e, incluso, cómo ha sido un imán de nuevos usuarios.

Más allá de esta importante mejora, la reforma trajo otras como la disponibilidad de más espacio para la exposición y la reubicación e introducción de productos y nuevos segmentos. Actualmente, cuentan



Equipo farmacia Correos

con muy poca rebotica, pero tienen más espacio en una segunda planta que han conectado mediante escaleras y donde también articularon un laboratorio donde se realizan formulaciones magistrales y determinaciones analíticas.

Recuperando la inversión

Con todo, las hermanas Herrero de la Fuente aseguran que el ticket medio ha aumentado. El perfil de cliente que más acude es la población pensionista, pero remarcan cómo la reforma ha atraído a otros perfiles más jóvenes, como el de las embarazadas. Además, el hecho de encontrarse en una zona de paso, con una parada de autobús en frente y cerca de la estación de tren, también ayuda a impulsar las ventas.

CON LA REFORMA DE LA FARMACIA, MEJORÓ LA ACCESIBILIDAD, EL ESPACIO Y LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTO: SUBIÓ EL TICKET MEDIO



EL PESO DEL MEDICAMENTO HA PASADO DEL 80 AL 60%: YA NO PUEDEN VIVIR SÓLO DE ÉL

En cuanto a las familias de producto, las colegiadas reconocen la bajada del medicamento, antes con un peso entre el 70 y el 80% y ahora de alrededor del 60%. La parafarmacia simboliza ya el 40%. Actualmente, es casi imposible vivir sólo de él y hay una inversión – la de la reforma – por recuperar. *“Para amortizarla hemos ampliado los horizontes: desde la dermocosmética pasando por la ortopedia, gafas, prótesis mamarias... Hemos trabajado para ofrecer el máximo de servicios posibles como las formulaciones o las determinaciones analíticas en nuestro laboratorio; hemos montado también una zona infantil con una parte de recreo, para que los clientes que visiten la farmacia con los peques puedan consultarnos y comprar más tranquilamente”,* detallan. Y esta diversificación de oferta de producto también ha influido en los buenos resultados. *“Se nota que a la gente le gusta y que estos sectores interesan. Tiende a cuidarse más, tanto a nivel externo como interno. Más allá de la ‘dermo’, lo notamos en las ventas de productos dietéticos o de cuidado de las articulaciones, como el colágeno... Cada vez van más en aumento”,* relata Coral.

Aunque aseguran que en la farmacia *“siempre hay algo que hacer”,* de momento no cuentan con ningún robot. No obstante, prevén instalar uno en menos de dos años, cuando esperan haber podido recuperar, casi por completo, lo invertido en las obras. Actualmente, abren ininterrumpidamente de 9.30 a 20.30 h, el flujo de clientes es constante y ellas dos son las que los atienden, con la ayuda de una auxiliar, su madre. Las hermanas Herrero de la Fuente no heredaron la vocación farmacéutica, pero ahora llevan un negocio en familia.

El cliente, siempre en el centro de atención

Cierto es que ha empezado a soplar viento fresco para muchas farmacias o, al menos, la mayoría ha encontrado la manera de volver a “respirar” tras ejercicios asfixiantes; pero las dos hermanas palentinas emprendieron su “aventura” cuando la incertidumbre era el pan de cada día de los farmacéuticos. Consideran que el modelo de la farmacia española es *“de los más respetables”,* pues no es una *“simple área comercial”,* sino



que el profesional intenta hacer *“lo mejor posible”* para la persona. Sin embargo, creen que no se hace lo suficiente por él: *“Es un sistema que se podría mantener bastante estable, pero en vez de eso, hacen lo contrario, no ayudan”.* A pesar del contexto, Coral y Mariflor siempre han velado por la atención a sus clientes, intentándoles dedicar el tiempo que necesitan, atendíéndoles, si el caso lo requiere, en otro espacio para brindarles una mejor respuesta. *“No quieren sólo que les dispensemos un medicamento, quieren atención, que mostremos interés. Nosotras tratamos de hacerlo de manera correcta, agradable y dar lo mejor que podamos”,* comentan. Así, es como las hermanas procuran mantener una clientela fija, a la vez que identifican de nuevos y tratan de mostrarles como no se limitan a una *“simple dispensación”.* Conscientes de la importancia del contacto con el usuario y conocedoras de las nuevas



Fotos: Inside

vías que se han abierto hacia él, no han descuidado la faceta online de la farmacia. Disponen de perfiles en Twitter, Instagram y Facebook. Éste último es el más activo, en el cual publican dos o tres veces por semana alguna acción, oferta o información del producto o del propio sector. Ahora mismo, están preparando la página web, mediante la cual ofrecerán servicio de venta online. *“Pase lo que pase, uno no puede paralizarse, siempre hay que intentar ampliar fronteras y avanzar”,* concluyen.

La farmacia Correos es un negocio joven, con poco bagaje pero con grandes perspectivas, ejemplo de cómo cada momento – bueno o no tanto – tiene sus oportunidades. +