

# Decálogo para una mejor gestión de la farmacia del siglo XXI

Los nuevos tiempos demandan cambios de orientación y el boticario debe estar al tanto para mejorar la rentabilidad

ÁNGELA DERUEDA  
Madrid

La farmacia también está en la era *Milenial*. Son nuevos tiempos en los que el farmacéutico es un gestor, un captador de clientes, está en el mundo digital, es un *coaching* de equipo y todo ello sin perder de vista el enfoque sanitario. Sin duda, es todo un reto de cara a este milenio que viene cargado de cambios.

Por ello, a veces resulta muy útil sintetizar las claves para no perderse entre tantos frentes. En esta línea, en el último encuentro organizado por Asefarma se analizaron estas cuestiones cómo debe ser la farmacia del futuro y hacer la transición 'De la botica tradicional a la farmacia actual'. Lo primero que queda claro es que se trata de un espacio de salud, y que esa perspectiva no hay que perderla de vista.

Como explicó Carlos García-Mauriño, presidente de Asefarma, la gestión de la farmacia debe orientarse a obtener la máxima rentabilidad, que depende de muchos factores, aunque lo necesario es optimizar las ventas y reducir los gastos al mínimo. La tercera clave pasa por trabajar la farmacia de fuera a dentro. Para ello hay que conocer el perfil de cliente y trabajar en un plan de fidelidad, con una base de datos que permita dar un servicio personal.

Otra de las medidas pasa por fomentar la botica como espacio de salud y no tanto como un espacio de venta de fármacos. El lugar donde la gente va para cuidarse y no sólo cuando está enfermo. Se trata de orientarla a una farmacia de servicios y, precisamente por ello, no debería competir en precio, sino en la prestación de servicios y en ofrecer un valor añadido a los clientes

### Decálogo de la farmacia del s.XXI

- 1 Enfoque sanitario**  
No olvidar que la botica es un establecimiento sanitario
- 2 Potencialidad**  
Gestionar para lograr el equilibrio entre ventas y gastos
- 3 De fuera a dentro**  
Conocer al cliente y competidores y construir la farmacia sobre ello
- 4 Espacio de salud**  
Orientarse como espacio de salud, no sólo como espacio de venta
- 5 Rendimiento**  
Tratar de obtener más rendimiento de clientes que vienen seguro
- 6 Equipo**  
Considerar al equipo humano como el mayor activo de la botica
- 7 Formación**  
Formar al equipo de venta e incentivarle es clave para la rentabilidad
- 8 Servicios**  
Transformarse en una farmacia de servicios, como nutrición u ortopedia
- 9 Rentabilidad**  
Defender el modelo es compatible con buscar la máxima rentabilidad
- 10 Valor añadido**  
Centrarse en competir con el valor añadido, no en precios

Fuente: Asefarma

que otros no tienen, como son el asesoramiento y la confianza. En relación con esto, García-Mauriño recuerda que, ya que la farmacia va a tener clientes asegurados, que van a ir al único sitio donde se venden medicamentos, hay que aprovechar esta ventaja competitiva.

Sin ser un gurú de los recursos humanos, desde Asefarma plantean que hay que valorar al equipo humano como "el mayor activo del que dispone la

farmacia" para mejorar los resultados. De este modo facilitar la formación en áreas como técnicas de venta o atención al cliente, resulta vital.

A modo de conclusión, el decálogo de la farmacia del s.XXI que defiende Asefarma, plantea la defensa del modelo actual de farmacia, evitar mercantilizarlo con la liberalización "que sería un terrible error", y que esto sea compatible con buscar la máxima rentabilidad.

**cecofar**  
centro cooperativo farmacéutico

www.cecofar.es  
facebook.cecofar.es  
twitter.cecofar.es  
linkedin.cecofar.es  
blog.cecofar.es

Desde 1930  
hacemos cooperativa

A CORUÑA  
BADAJOZ  
BURGOS  
CADIZ  
CEUTA  
CIUDAD REAL  
CÓRDOBA  
HUELVA  
JAEN  
LUGO  
MÁLAGA  
MADRID  
OURENSE  
SEVILLA  
TOLEDO

Exigencia  
Rigurosidad  
Efectividad  
Excelencia  
Responsabilidad

**¡TÚ nos mueves!**