

Los nuevos tiempos

Las oficinas de farmacia están desde hace un tiempo transitando un camino que les presenta un obstáculo (amenaza) difícil de salvar: la pérdida de rentabilidad y la creciente competencia con otros puntos de venta comerciales, que no necesariamente resultan ser farmacias.

Y aunque no todos lo hayan notado, la actividad farmacéutica está cambiando a pasos acelerados.

Lejos ha quedado atrás la imagen de una botica dedicada en exclusiva a la preparación de fórmulas magistrales y a la dispensa profesional de medicamentos a pesar de lo cual la mayor parte de los contenidos académicos que reciben los jóvenes profesionales siguen versando, casi exclusivamente, sobre este asunto.

Tampoco es un detalle menor, y por ello resulta necesario tenerlo presente, que la antigua y eficaz estrategia de pertenecer a una organización Farmacéutica que democráticamente asegure la posibilidad de atención a afiliados de la Seguridad Social, ya no resulta por si misma suficiente para mantener saludables las finanzas de la farmacia.

En el presente, quienes tienen pretensiones de permanecer, se han estado viendo en la necesidad de completar su actividad, planificando y realizando tareas de tipo empresarial. El farmacéutico debe dedicar un esfuerzo importante para conseguir incrementar sus ventas por dentro y por fuera de la Seguridad Social, brindar una adecuada atención farmacéutica (incluyendo tácticas de atención al cliente) y gestionar correctamente su farmacia.

Y resulta de vital importancia que tomemos nota de ello.

Desde luego, también podemos no querer ver el cambio y actuar como si nada estuviese pasando. Pero eso no frenará la evolución de los hechos, que inexorablemente están llevando a la farmacia hacia nuevos modelos de gestión, como ya puede verificarse en otros lugares del mundo.

Las preguntas que, a esta altura del artículo, le pueden estar surgiendo al lector son del tipo: ¿qué puedo hacer?; ¿estoy condenado a perder mi farmacia dentro de unos años?, o ¿es el autor de este artículo un alarmista y un pesimista?

La respuesta simple, contundente y directa a estas preguntas es que no hay motivo para el pánico, ni siquiera para el pesimismo, sino que hay una necesidad imperiosa: asumir la existencia del cambio y actuar en consecuencia, adaptándonos a los nuevos tiempos.

En síntesis: el mundo del farmacéutico está cambiando, y la forma efectiva de responder a los nuevos tiempos no será mirando al bonito pasado (que ha muerto), sino mirando hacia el retador futuro, apreciándolo como un mar de oportunidades que hay que saber aprovechar.

Una vez asumido el cambio, tenemos que analizar la realidad de nuestra farmacia, de forma tranquila y evitando el alarmismo. Estudiando la situación no solo desde el punto de vista de un farmacéutico, sino también desde el punto de vista de un empresario.

Resultará decisivo desprendernos de la prejuiciosa (y muy popular) creencia que reza: “Perseguir la obtención de rentabilidad en la farmacia, resulta incompatible o lesiva de nuestros principios como profesionales farmacéuticos”.

Este tema, quizás, pueda llegar a ser motivo de algún futuro artículo.

Ahora solo adelantaré que ambos aspectos, profesional y empresarial, son factores complementarios (interdependientes), que debemos ligar armoniosamente a fin de garantizar un futuro sólido y sustentable, sin que ninguno de ellos se realice en desmedro del otro.

Bien... y, ¿por dónde empezar?

Para arrancar, como siempre, sugiero que nos detengamos a contestar algunas preguntas, que en este caso podrían ser las siguientes:

- ¿Dónde está la rentabilidad? ¿En la receta, en los OTC, en la perfumería, en los “yuyos”? El mix de ventas
- ¿Está instalada (distribuida) la farmacia adecuadamente para los nuevos tiempos?
- ¿Estoy brindando una eficiente atención farmacéutica?
- ¿Qué hago para atraer y fidelizar a mis clientes?
- ¿Puedo hacer que mis clientes compren más y que vengan más a menudo? ¿Cómo?
- ¿Cuál es mi ventaja competitiva? ¿Por qué me comprarían?
- ¿Cómo puedo protegerme de futuros competidores que entren en el mundo de la farmacia?
- ¿Brindo servicios de valor o simplemente “despacho”?
- Y otras, que su dedicación y enfoque en el problema, les hagan surgir en el momento del análisis

Todas estas preguntas tienen muchas respuestas y, lo más importante, las respuestas serán únicas y adaptadas a la realidad de cada farmacia.

Como resultado de este proceso analítico, algunos farmacéuticos caerán en la cuenta que actualmente están bien posicionados; otros que tienen que remodelar o rediseñar espacialmente su farmacia; otros que tienen que trabajar sobre sus recursos humanos y otros que tienen que optimizar sus procesos... pero esa será su tarea.

La mía solo consiste en llamarles la atención sobre el punto e invitarlos, una vez más, a aplicar la Fórmula Mágica del Éxito, la cual tiene estos componentes:

Racionalidad + Actitud + Perseverancia

Porque:

- ✓ De nada valdrá el trabajo duro, si no usamos la cabeza
- ✓ Tampoco triunfaremos, aun utilizando la razón, si carecemos de la actitud necesaria para emprender la tarea
- ✓ Aún más, de nada servirán la actitud y la razón, si no tenemos la perseverancia imprescindible para hacer frente a las dificultades que, sin duda, aparecerán en el camino hacia el éxito.

Carlos Sandoval
Marzo 2015