



## El color de mi cristal



**Carmen Laso**

Titular de la Farmacia Europa en Pozuelo de Alarcón (Madrid)

“El cliente se tiene que sentir acogido como en la farmacia de barrio pequeña, busca a personas que le resuelvan sus problemas”

## El tamaño no lo es todo

**E**l tamaño es claramente un factor condicionante en una farmacia pero no lo es todo ni es una garantía de éxito.

El tamaño (entendiendo por ello la farmacia grande de entre 200 y 300 m<sup>2</sup>) es un recurso que bien utilizado nos puede ayudar a diferenciarnos de otros sectores, de otras farmacias, a trabajar mejor, más rentable y cómodamente.

La ubicación es un factor determinante, pues dependiendo de esta (centro ciudad, zona monumental, zona turística, centro comercial, barrio, de paso...) no siempre podremos encontrar locales en los que podamos elegir el tamaño y tendremos que adaptarnos a los locales disponibles.

El consumidor está cambiando rápidamente y la farmacia también tiene que adaptarse. El cliente cada día está más informado, se mueve más, tiene smartphones, compara precios, está en foros, chats de amigos y vecinos y compra *online* por precio y comodidad.

También cada día hay más oferta de productos, más líneas, más categorías y más servicios que prestar en las farmacias y más que nos pueden encomendar, porque el farmacéutico es el profesional sanitario más cercano a la población, sin citas ni horarios.

Todas estas circunstancias hacen que, si la farmacia está bien ubicada, el tamaño del local pueda determinar su crecimiento por varios motivos:

- Posibilidad de tener más categorías expuestas (algunas, como la ortopedia, requieren mucho espacio, otras están naciendo, como la nutrición deportiva...).
- Posibilidad de exponer mejor, mejor implantación (lo que no se ve ni tiene precio no se vende o se vende menos).
- Posibilidad de tener zonas más diferenciadas: a mayor espacio más posibilidad de hacer diferentes zonas y ambientaciones.

El consumidor elige su destino de compra en función de lo que transmita el establecimiento y cada día es más importante, pues el cliente nos está comparando con otros establecimientos que también venden productos de dermocosmética, ortopedia y parafarmacia.

- Posibilidad de implementar servicios diferenciados: algunos servicios requieren intimidad, como el asesoramiento en dietas, probador de prendas de ortopedia, sala de formación. También el laboratorio, la atención farmacéutica personalizada o una zona para la preparación de SPD requieren su espacio para su correcta implementación.

Pero el tamaño no lo es todo, a mayor espacio normalmente mayor coste de local, mayor necesidad de personal que controle la zona del público, más stock para rellenar las baldas, más especialización del personal para cubrir las distintas categorías y servicios, y más planificación de ambientación y oferta. El cliente se tiene que sentir acogido como en la farmacia de barrio pequeña, busca a personas que le resuelvan sus problemas.

Por otro lado, el tamaño puede ser también una estrategia para farmacias situadas en zonas no tan obvias comercialmente hablando, situadas a las afueras de la ciudad, en locales más económicos y que quieran diferenciarse del resto por su gran surtido, en un modelo más parecido a otros sectores.

En cualquier caso, lo más importante son las personas, el equipo y el tamaño claro que importa, pero no perdamos de vista la rentabilidad del espacio, porque no es un tema de «caballo grande ande o no ande», lo importante es que «ande» y que nos permita adaptarnos a los nuevos consumidores y, sobre todo, desarrollarnos personal, profesional y económicamente. ●

## La fortaleza de la cercanía

Las farmacias somos establecimientos privados de interés público sujetos a una planificación sanitaria. El modelo español de ordenación farmacéutica permite que el 99% de la población española disponga de una farmacia en su municipio, garantizando así el acceso en condiciones de igualdad al mismo medicamento a lo largo de toda la geografía española. Se ha logrado una distribución homogénea de farmacias, situándose la ratio media de habitantes por farmacia entre las más bajas de Europa, lo que permite que casi la totalidad de la población disponga de una farmacia en su lugar de residencia. Esta regulación beneficia a la sociedad más que a la profesión.

Nuestro modelo está integrado por todas las farmacias, grandes y pequeñas, su tamaño dependerá de su ubicación, de la densidad demográfica, etc. La crisis económica sufrida en nuestro país en los últimos años ha perjudicado enormemente a nuestro sector, poniendo al límite la economía de muchas farmacias. Asimismo, el mercado de medicamentos farmacéuticos de prescripción ha bajado considerablemente durante estos años, afectando a muchas farmacias. No obstante, y a pesar de las dificultades, la farmacia la hace el farmacéutico que está al frente: cada vez son más los profesionales proactivos, emprendedores, que avanzan con ilusión en el concepto de farmacia moderna y competitiva, que tienen claro que la farmacia es un centro de salud y de bienestar capaz de ofrecer variedad de servicios asistenciales, de calidad, orientados a satisfacer las necesidades de sus pacientes. El futuro de la farmacia es ser cada vez más asistencial y sostenible, pasa por seguir implantando y desarrollando nuevos servicios.

La farmacia puede ser una empresa bien gestionada, independientemente de su tamaño. Es un establecimiento sanitario cercano a la población que le rodea, conocedor

de su perfil sociodemográfico, de sus gustos, sus necesidades, etc. Esta cercanía es una fortaleza que debemos potenciar: la confianza y credibilidad la ganamos día a día con nuestro esfuerzo. Podemos hacer crecer la farmacia en nuevas áreas, como el autocuidado, el consejo nutricional o las plantas medicinales, y para ello es importante la motivación del equipo, la formación específica y la especialización. Como farmacia pequeña podemos ofrecer productos a precios competitivos, servicios de fidelización, gestión de categorías o tarjetas, entre otros, colaborando con nuestra cooperativa, que nos da fortaleza como grupo.

Aprovechando nuestra cercanía al paciente y nuestra integración en el territorio, como agentes de salud podemos participar en muchas actividades socio-sanitarias. En las farmacias pequeñas, esta cercanía se hace más acusada y son muchas las acciones que podemos llevar a cabo. Podemos detectar, por ejemplo, a aquellas personas mayores que viven solas y coordinarnos con los servicios sociales del territorio. Asimismo, podemos detectar interacciones, hacer seguimiento de la adherencia a la medicación o seguir de cerca la evolución del paciente. También podemos participar en los servicios que nos ofrece nuestro colegio: colaborar con los programas de detección precoz del cáncer de colon y recto, intercambio de jeringas, mantenimiento con metadona, cesación tabáquica, detección precoz de VIH, etc. Estamos ayudando, en colaboración con otros profesionales sanitarios, a prevenir y detectar precozmente enfermedades y a mejorar el seguimiento de los tratamientos, y contamos con una buena acogida entre la población. Los farmacéuticos tenemos un enorme potencial que ofrecer al sistema como agentes sanitarios por nuestra proximidad. Y el tamaño no tiene por qué condicionar nuestra apuesta por la farmacia asistencial. ●



### Francisca Aranzana

Vocal de Oficina de Farmacia del Colegio de Farmacéuticos de Barcelona

«La farmacia la hace el farmacéutico que está al frente: cada vez son más los profesionales proactivos, emprendedores, que avanzan con ilusión en el concepto de farmacia moderna y competitiva»



ENTRA EN LA WEB Y COMÉNTALO

#farmaciatamaño