

Los robots, una gran herramienta para la gestión de la farmacia

SI LA FARMACIA NO ES VIABLE ECONÓMICAMENTE, NO PODRÁ CUMPLIR SU FUNCIÓN SANITARIA. NO PODRÁ DAR EL SERVICIO ADECUADO A SUS USUARIOS. POR ELLO, ES ESENCIAL LA GESTIÓN. LOS ROBOTS, QUE ANTES LLAMABAN MUCHO LA ATENCIÓN PERO QUE AHORA SE HAN CONVERTIDO EN UN ELEMENTO MÁS DE LAS BOTICAS, SON PRECISAMENTE UNA GRAN HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN. ADEMÁS, LOS FARMACÉUTICOS QUE LO TIENEN DISPONEN DE MÁS TIEMPO EN EL MOSTRADOR PARA ESTAR CON EL CLIENTE.

Asistimos a una época en la que el mercado de Consumer Health es el que está dando el respiro a la farmacia española. Por ello, hace falta potenciar su venta y estar más tiempo con los clientes. Conocer lo mejor posible sus necesidades. Hay que tener en cuenta que éstos buscan nuevas soluciones, más servicios individualizados y que acuden a la farmacia más informados que nunca.

Las nuevas tecnologías son fundamentales en el día de hoy. Por ejemplo, los robots, presentes en las farmacias españolas desde hace una década más o menos, mejoran la gestión del medicamento, facilitan y reducen las tareas del usuario y optimizan el aprovechamiento del espacio destinado a almacén. Permiten que el farmacéutico y su equipo estén más tiempo con los pacientes; un tiempo que es ideal para la venta cruzada y para que, en definitiva, mejore la calidad de vida de los usuarios de las farmacias.



No hay que olvidar que los reales decretos de los últimos años han ido dirigidos a recortar el gasto farmacéutico. Recientemente, en el acto de apertura del Máster Internacional en Gestión Farmacéutica y Financiera, del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y de la IIBS Escuela de Negocios Internacional, **Javier Ellena**, *director general de Eli Lilly España, Portugal y Grecia*, destacó que, en el campo del medicamento, el reto fundamental que tienen hoy en la industria farmacéutica es el de la accesibilidad. Ésta viene dada, dijo, por la presión de elementos como la macroeconomía, la demográfica y la innovación. Todo esto hace que haya, entre otras cosas, una utilización más intensa del IRP –del sistema internacional de fijación de precios–. Con este contexto, hay que equilibrar la facturación con la venta libre. Desde hace tiempo se ha comprobado que la gestión del espacio comercial y la gestión por categorías son elementos esenciales para garantizar el crecimiento de la facturación. En la farmacia tradicional se destina el 80% del tiempo a la búsqueda del medicamento. Con la automatización, la dispensación es mucho más rápida. Se sustituyen las cajoneras o estanterías por un robot, reduciendo considerablemente el espacio necesario de almacenaje. Los medicamentos se introducen dentro y éste, mediante su brazo mecánico, los va colocando en sus baldas. Por ende, se optimiza el espacio de su interior al máximo y se ahorra tiempo en la colocación.

LOS ROBOTS PERMITEN QUE EL FARMACÉUTICO NO TENGA QUE IR A LA CAJONERA Y QUE ESTÉ MÁS TIEMPO CON LOS PACIENTES

Después, cuando sea necesario dispensar un medicamento, el personal de la farmacia lo único que tiene que hacer es solicitarlo a través del programa informático de la farmacia y el robot. Automáticamente lo coge y lo lleva mediante diferentes sistemas de transporte –espirales, cintas de transporte, rampas, salidas directas, etcétera– al punto de venta donde se encuentre la persona. El personal no se tiene que desplazar al interior de la farmacia, por lo que no deja solo al cliente y puede ofrecerle una atención farmacéutica de mayor calidad.

Los robots actuales se caracterizan por su rapidez, por su durabilidad y por la facilidad de aprendizaje de su funcionamiento. El hecho de que sus precios hayan descendido considerablemente o de que haya un mercado de segunda mano ha facilitado su instalación en farmacias. Aparte de todo esto, su implantación no acarrea grandes inconvenientes y, en la mayoría de los casos, ni es necesario cerrar la farmacia mientras los operarios lo están montando. Su mantenimiento es sencillo y las empresas de robotización ofrecen este servicio, con diferentes fórmulas, junto al robot. Una automatización acertada permite una mejor atención a los clientes y aumenta la rentabilidad notablemente. Asimismo, bien gestionada, supone una mayor velocidad de dispensación, más tiempo para dedicar al cliente, aprovechamiento del espacio, disminución de errores y mejora de la rotación. Con todo, se trata de una herramienta que permite tener un mayor control y optimización del funcionamiento de la Oficina de Farmacia.

Eso sí, como recuerdan los fabricantes y distribuidores de robots; el estudio de su correcta ubicación, del trazado de los elementos de transporte del medicamento así como también la definición del número y ubicación de los puntos de dispensación son elementos

Rentabilizar el espacio

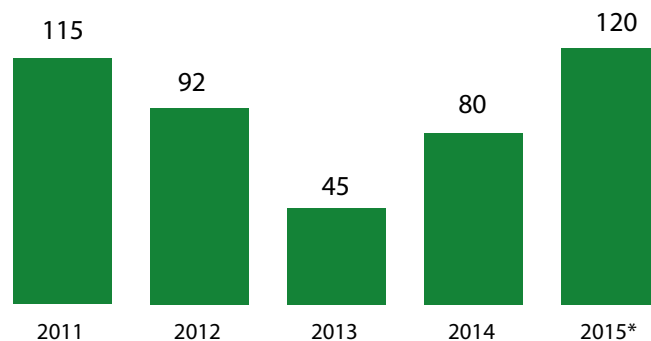
El diseño en el punto de venta permite diferenciarse de los competidores y orientar al consumidor hacia el producto adecuado en el momento en el que realiza su elección de compra. Además, como el espacio es –junto con la dispensación de especialidades– el recurso más escaso y más caro que una farmacia posee, el robot se convierte en el mejor aliado para rentabilizar al máximo cada metro cuadrado y ahorrar espacio en almacenamiento de medicamentos.

La sala de ventas debe ocupar el 70-80% de la superficie total. Ésta no sólo es un lugar donde se pueden recoger las prescripciones médicas y adquirir artículos de parafarmacia de alta calidad con un consejo farmacéutico profesional. Es también un lugar donde el consumidor puede sentirse a gusto. Le ha de agradar acudir y permanecer en él porque le brinda servicio, comodidad, funcionalidad y facilidad de acceso.



Luse Ingeniería

PARQUE DE ROBOTS INSTALADOS 2011-2015



Fuente: Datos facilitados por las empresas.
Elaboración: IM Farmacias

* previsión



Marketing Jazz

clave en cualquier diseño a la hora de instalar uno y de hacer reformas en la farmacia. Como toda la operación de dispensación se puede realizar desde el propio mostrador, el robot se puede ubicar alejado del punto de venta sin problemas. Tampoco requiere que se sitúe en la misma planta donde se dispensa. Se puede guardar el stock en los metros cuadrados menos caros de la farmacia, o sea en zonas muy alejadas del mostrador u otras plantas, dejando completamente libre la planta baja para la atención al cliente y la exposición de artículos de parafarmacia. Por otro lado, se puede repartir los puntos de dispensación por el área comercial y se pueden disponer

espacios con un concepto shop in shop, con el que atraer a la clientela.

En definitiva, las farmacias robotizadas obtienen mejores resultados, mayor ticket medio, mejor control y menos necesidad de stock

Software

Insistimos en que una buena gestión es una de las herramientas que más puede ayudar a la hora de recuperar y mantener la rentabilidad perdida por las medidas de contención sufridas en los últimos tiempos en relación con los medicamentos. Un software adecuado resulta absolutamente necesario, dando un paso más en la adaptación de la farmacia

tanto a las nuevas tecnologías como a los nuevos procesos de gestión.

En ese sentido, el control del stock es uno de los aspectos que más puede beneficiar. La mayoría de los existentes son de fácil integración con servicios y aplicaciones. Existe una amplia oferta en el mercado que cubre por completo las diferentes necesidades específicas que pueden surgir, como la gestión de las recetas electrónicas, la gestión de grandes clientes, la colaboración con residencias, la fidelización de clientes, la asignación de puntos y de descuentos, la gestión de diferentes almacenes dentro de la oficina de farmacia y la gestión de pedidos a laboratorios, etcétera.+

Mejora de la adherencia con los sistemas SPD

Muchos de los fabricantes de robotización ofrecen varios sistemas de dosificación personalizado (SPD) para mejorar el cumplimiento fármaco-terapéutico y evitar el error, el olvido de las tomas y facilitar la administración de la medicación.

Recientemente el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos ha publicado el informe de resultados del Programa 'Adhiérete', en el que se ha evaluado la adherencia terapéutica de 114 pacientes mayores, crónicos, polimedicados y sin adherencia a los tratamientos. El estudio se ha hecho en 51 farmacias de cuatro provincias.

Los resultados finales del estudio revelan una mejora general en la adherencia del 35% de pacientes cumplidores en la tercera visita al 75,7% en la visita final, según los resultados del Test de Morisky-Green. Para el desarrollo del estudio se emplearon sistemas de refuerzo a la adherencia, como sistemas personalizados de dosificación (SPD) y aplicaciones móviles. Asimismo, se observó una mayor evolución en la mejora de la adherencia en los pacientes dentro del grupo de SPD, alcanzando el 82,9% en la visita final frente al 57,1% en el grupo de aplicaciones móviles. Estos datos y la mayor tasa de abandono mostraron que las nuevas tecnologías empleadas en el estudio todavía presentan dificultades para este grupo de pacientes. Cabe destacar que en el estudio no se han encontrado diferencias según sexo, con resultados equivalentes según grupo de edad.

De los datos recogidos durante los seis meses de investigación se desprende también que los pacientes experimentaron una mejora significativa de la calidad de vida percibida, con un incremento de 5,5 puntos de media (aplicando el cuestionario EuroQoL-5D).