

## "Hay que formar al farmacéutico en gestión, no es menos por saber vender"

Asun Arias, autora del libro 'Cómo vender más cuando nadie compra: Gestión por Categorías' apuesta por un nuevo modelo de gestión

Marina Fernández | 29.06.2015 | 05:00

Considera que las facultades de Farmacia deberían enseñar a comercializar, pues cree que no preparan al boticario para la realidad

Su experiencia en Cofares y en Francia hicieron comprender a esta farmacéutica, hija y esposa de boticarios, que la gestión por categorías es fundamental para el buen funcionamiento de una oficina de farmacia. «En farmacia te pueden hablar de analgésicos, yo te hablo de dolor», asegura la experta en ventas de productos de parafarmacia, que el lunes dio una conferencia en el Club de Opinión de Farmacia de Málaga. Apuesta por la distribución de espacios, la definición del surtido, la gestión del lineal y la animación de ventas.



Su libro ha logrado numerosos éxitos y asesora a farmacias para mejorar su imagen y ventas. G. TORRES

**Con su libro trata de explicar a los boticarios que las farmacias son empresas. ¿La vocación o el servicio público les distrae de que, en realidad, regentan negocios?**

Pienso que en los últimos años el sector ha cambiado a marchas forzadas, sobre todo en Andalucía. El medicamento es el leitmotiv de sus carreras y hasta hace poco podían decidir qué marcas trabajar y tenían un margen y vivían holgadamente. Hasta la subasta. El farmacéutico ha tenido una carrera muy técnica equiparada en dificultad a una ingeniería, a lo largo de la carrera no hay asignaturas que hablen de gestión, por lo que no saben llevar equipos. Su función es dispensar y cuando acaban la carrera y llegan a la farmacia se encuentran con que tienen una empresa en la que tienen que marcar precios y gestionar equipos de ventas. Su perfil no es el de un gestor de equipos, sino técnico. Cuando mis clientes me preguntan que a quién pueden seleccionar, me voy a otros sectores: es más fácil coger a una persona con un perfil de ventas a la que formar en farmacia que hacer lo contrario. Por una parte no saben, y por otra tienen pudor porque nos forman como expertos de medicamento, no de venta. Yo me considero tan farmacéutica como los demás, pero he utilizado mis conocimientos para la venta porque si hablas en un lenguaje no adaptado no te van a entender.

**Entiendo, por lo que dice, que las facultades deberían incorporar asignaturas de gestión.**

Sin duda, tanto asignaturas dedicadas a la venta como a la gestión. Va a ser muy difícil porque se centran en la atención farmacéutica, es decir, en el control del medicamento. Pero hay un mundo importantísimo, no es menos farmacéutico el que sabe vender.

**Para gran parte de la sociedad el farmacéutico es una de las figuras en la que se deposita más confianza...**

Totalmente de acuerdo. Esa confianza viene de su conocimiento y de su ética a la hora de la recomendación. Además el médico apenas tiene tiempo de atender al paciente, por lo que se apoya en el farmacéutico para aquellas patologías menores. Mientras el médico diagnostica y prescribe, el farmacéutico complementa y aconseja porque es el que mejor conoce el producto: la composición, los efectos secundarios...

**Los colegios de farmacéuticos han pedido que la Administración les dé la posibilidad de hacer pruebas diagnósticas o preventivas. ¿Es eso positivo o rentable para la profesión?**

Creo que sería bueno siempre y cuando se cobre. Yo formo a equipos dirigidos a la venta, no hago atención farmacéutica sin que me la paguen. Si se pagara por hacer esas pruebas sería positivo para el sistema de salud, se detectaría al 99% de diabéticos que lo son por obesidad y sedentarismo y la mitad

**Usted ayuda a que la farmacia sea más visual desde el punto de vista empresarial. ¿Cómo lo hace?**

Me encuentro desastres, por eso tengo tanto trabajo (ríe). Aquí es donde aplico la gestión por categorías. Veo las claves del éxito, primero la gestión de personas y los clientes internos y externos. Ahora los clientes saben mucho porque tienen acceso a internet y ha cambiado todo, después aplico la gestión por categorías y estudio cómo hacer que el punto de venta sea más atractivo, que facilite la compra, la actividad promocional para campañas estacionales... El público quiere que se le facilite el acto de la compra. Hay farmacias con su propio olor, con hilo musical, personalizadas. A todo eso se le llama merchandising visual.

**¿Les ayuda a hacer un estudio de marketing?**

Sí, por lo que veo por las ventas, pero no hago estudios de mercado porque considero que para que estén bien hechos los debe hacer una gran empresa. Todo lo demás no vale absolutamente nada.

**¿Qué productos deben predominar al alcance de la vista de los clientes para que estos compren?**

Realmente serían todos, pero eso es imposible porque las farmacias necesitan al menos un mostrador. Básicamente deben estar los de primera necesidad como los productos corporales, bucales y de cabello, la cosmética por eso del glamour y para que se puedan probar. Y detrás del mostrador quizás los que son más susceptibles de consejo, los de dietética y herboristería, aunque lo mejor es que todo esté al alcance de la mano.

**¿Qué opina de las subastas de medicamentos?**

Opino que si la Administración con eso consigue, cosa que no he visto, resolver su problema, adelante. Pero no me parece bien porque no es lógico que en la farmacia no se pueda decidir qué medicamentos trabajar en base a los proveedores y encima hacerlo con el desabastecimiento que hay, no existe ningún laboratorio que pueda surtir en tiempo y forma determinadas moléculas a todos. Hay falta de medicamentos y el consumidor se enfada y al final se reduce la labor farmacéutica a una administrativa. Deberían aprender Secretariado porque hoy en día dedican gran parte de su tiempo a labores administrativas, no lo entiendo. Pero si a la Administración le salen los números tengo poco que decir, aunque habría que buscar otras fórmulas.