

## **GESTIÓN DE LA OFICINA DE FARMACIA: ¿MODA O NECESIDAD?**

En el reciente Encuentro Europeo de Farmacia, INFARMA 2013, que se acaba de celebrar en Barcelona, llamó la atención el número de mesas relacionadas con la gestión de la oficina de farmacia. A las mesas redondas relacionadas con la gestión por categorías y comunicación con el cliente, promovidas por el Master en Gestión de Oficina de Farmacia (MGOF) que organiza el COF de Barcelona y gestión de estocs y medicamentos publicitarios promovidas por Ágora, se unieron 8 relacionadas directa o indirectamente con esta cuestión.

Y es que parece que la gestión de la farmacia es una moda que han descubierto recientemente laboratorios, distribución y empresas que quieren acercarse a los farmacéuticos de farmacia. Por supuesto es legítimo y de agradecer para que podamos y sepamos cómo acelerar la integración de la gestión en nuestras farmacias. Gestión que es útil siempre, e imprescindible en entornos complejos y cambiantes.

El farmacéutico titular, ante un entorno complicado como el que tenemos desde hace unos años debe confiar en nuestras Instituciones para que consigan los cambios necesarios en el modelo que permitan estabilidad y desarrollo de la profesión por el bien del ciudadano.

Mientras que los factores externos difícilmente a título individual podemos variarlos, sí podemos influir en factores internos de nuestra propia Oficina de Farmacia para compensar, en la medida de lo posible, el decremento de ingresos y beneficio.

Y es en este punto donde tenemos el principal reto. En líneas generales, la mentalidad y preparación del farmacéutico en el ámbito comercial era y sigue siendo más bien escasa. Por fortuna ya hay un buen, y creciente, grupo de farmacéuticos entre los que se cuentan aquellos que han comprado recientemente una Oficina de Farmacia y deben hacer frente a una inversión y/o crédito importantes, aquellos que inician su responsabilidad en la farmacia de sus progenitores y quieren renovar hábitos e inercias y finalmente aquellos que prevén que es momento de gestionar la farmacia de forma profesional, que se están dando cuenta que la Oficina de Farmacia, con unas determinadas características inherentes al propio establecimiento farmacéutico, es una empresa y que debe ser gestionada como tal.

La Oficina de Farmacia es una empresa peculiar porque debe generar recursos pero con respeto a la ética de la profesión farmacéutica, velando por la protección de la persona frente a la enfermedad, y el tratamiento cuando es necesario, al mismo tiempo que debe promover y cuidar del bienestar de la población. Y el cliente/paciente debe seguir percibiendo que es así.

Aunque la gestión supone el conocimiento y actuación en diversas áreas, debemos conocer sobre todo tres áreas fundamentales: finanzas/fiscalidad, gestión de personas y marketing.

Las Finanzas nos indica cómo está nuestra empresa, la evolución y el futuro, en definitiva, su salud. El Marketing es la herramienta estratégica y operativa para mejorar la situación actual en base al conocimiento de las necesidades de los clientes actuales y potenciales, y la gestión de personas es el motor inteligente para desarrollar todo el proyecto. Y, si todo lo anterior es importante, no lo es menos otra faceta que debemos tener en cuenta para gestionar la Oficina de Farmacia. Nuestra habilidad como directivos, es decir, la personalidad para dirigir. Entre otras, liderazgo, comunicación, motivación, trabajo en equipo, inteligencia emocional y gestión del tiempo.

La gestión puede facilitar un mejor futuro para la farmacia. Porque sin gestión no hay control, ni capacidad de mejora.

Juan Carlos Serra  
Director Master Gestión Oficina de Farmacia  
COF Barcelona