

La atención farmacéutica también sirve para aumentar la facturación de la farmacia


Mario Vaíllo de Mingo
mvaillom@recoletos.es

Que la atención farmacéutica (AF) genera beneficios sanitarios es algo que poca gente pone ya en duda. Sin embargo, *harina de otro costal* es cuando se habla de obtener, como consecuencia de la inversión en servicios asistenciales, beneficios económicos y un incremento de la facturación en las farmacias. Esto es lo que demuestra la memoria anual que la farmacia Zarzuelo, en Benalmádena (Málaga), ha presentado al VII Premio a la Excelencia de la Junta de Andalucía, en la categoría de Mejores prácticas de gestión. "Mediante las actividades de AF se consiguen objetivos clínicos, lo que permite alcanzar niveles altos de satisfacción de los clientes y, por extensión, el crecimiento económico de la farmacia como empresa", explica Damián Barris, director técnico de la farmacia Zarzuelo, quien está convencido de que apostar por la vía asistencial para crecer "es posible para todas las farmacias". Aunque este debate está abierto (ver página siguiente), los resultados obtenidos reflejan la viabilidad económica de poner en práctica actividades relacionadas con la AF: para 2006, y según los datos del primer trimestre del año, la farmacia prevé un crecimiento del 10 por ciento en las ventas anuales. "Este dato es muy positivo si se tiene en cuenta que el incremento medio del gasto farmacéutico en Andalucía en 2005 respecto a 2004 fue sólo de un 2,85 por ciento, cuando en el periodo 2003-2004 fue del 6,23 por ciento", señala Barris.

Esos datos, que reflejan una marcha de forma gradual y es evidente que la farmacia ha tenido que invertir más que otras oficinas, ya que se podrían haber obtenido los mismos resultados con menos recursos en la con-

¿Qué hace y cómo la farmacia Zarzuelo?

Farmacia certificada por ISO 9001 y modelo EFQM.

 Servicios de prevención <ul style="list-style-type: none"> • Detección de osteoporosis en pacientes de riesgo. • Control de hipertensión y medidas de colesterol, glucemia, triglicéridos, GPT y otros indicadores biológicos. • Seguimiento de pacientes con glaucoma e hipertensión ocular. • Dosificación personalizada de medicamentos. • Dispensación activa de medicamentos. • Servicio de consulta o indicación farmacéutica. • Detección, prevención y resolución de PRM (según método Däder). • Detección de sospechas de RAM. 	Recursos materiales <ul style="list-style-type: none"> ✓ Zona de atención personalizada. ✓ Densiómetro óseo para osteoporosis, <i>Reflotron, Cholestech LDX</i>. ✓ Tonómetro de aire sin contacto que mide la presión intraocular. ✓ Estudios de blister para SPD. ✓ Monitores divulgativos de los servicios ofertados con consejo sanitario. ✓ Folletos informativos. ✓ Protocolos de actuación y registros. ✓ Buzones de sugerencias. ✓ Encuestas de satisfacción.
Otras acciones <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de metodología para la obtención de información y opiniones de las personas de la organización. • Sistema de medición de la satisfacción de los clientes. 	Recursos humanos <ul style="list-style-type: none"> • 1 farmacéutico titular. • 1 farmacéutico adjunto/director técnico. • 6 farmacéuticos adjuntos. • 1 encargado de limpieza.
Formación <ul style="list-style-type: none"> • Interna (con examen final). • Externa (acreditada) <ul style="list-style-type: none"> → Universidad → Sociedades profesionales → Laboratorios 	

Fuente: Farmacia Zarzuelo.

tratación de farmacéuticos (ocho capacitados para cualquier función), en formación, etc., pero el objetivo era captar gente que apreciara más la labor asistencial de la farmacia".

Esa labor ha permitido acometer servicios como la detección de osteoporosis en pacientes de riesgo y el seguimiento farmacoterapéutico a pacientes con glaucoma o hipertensión

ocular. Para ofertar estos servicios la farmacia ha tenido que invertir en tecnologías como un densiómetro óseo y un tonómetro para medir la presión intraocular, pero la inversión da resultados: en un solo año el servicio de detección de osteoporosis ha pasado de noventa pacientes a 119 y ha permitido estrechar mucho más la comunicación con los centros de salud. "Hemos tenido doce casos de derivaciones directas desde el médico en los últimos dos meses", indica Barris.

Del mismo modo, de septiembre de 2005 a marzo de 2006 la farmacia ha pasado de tener cinco historias farmacoterapéuticas abiertas por mes a ocho. Barris explica también cómo se financia parte de estos servicios: "La detección de osteoporosis se cobra a toda aquella persona que no cumple las condiciones establecidas para el cribado, mientras que la medida de presión intraocular sólo se cobra la primera vez".

Con estos datos, la farmacia Zarzuelo quiere hacer ver a otras oficinas que combinar una buena práctica empresarial y asistencial es posible, especialmente si, como en su caso, se cuenta con un sistema de gestión de la calidad (SGC). "La calidad no implica necesariamente obtener buenos resultados empresariales, pero sí permite tener mecanis-

mos para medir y evaluar el cumplimiento de los objetivos y establecer mejoras".

Además, y en contra de lo que pueda parecer, implantar un SGC no debe suponer un gasto muy elevado, ya que existen subvenciones en las que esta farmacia se ha apoyado.

EXTENSIBLE

El enfoque estratégico de esta farmacia es, a juicio de sus responsables, extensible a otras. A pesar de ser una farmacia de gran tamaño (170 metros de exposición al público) y de contar con una plantilla amplia, su jornada es ordinaria y convive con otras cuatro farmacias en su zona de influencia, lo que da cuenta de la dificultad de fidelizar a la clientela. Un servicio que puede contribuir a ello es la dosificación personalizada (SPD), que en el último año les ha permitido tener un flujo neto de once pacientes (relación entre los pacientes que entran y salen del SPD por finalización de tratamiento, reanudación, etc.)

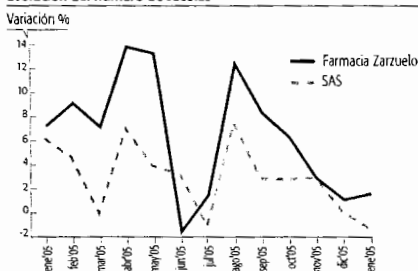
La clave para obtener rentabilidad y fidelización es contar con un equipo motivado. Según Barris, "el principal obstáculo es encontrar a gente que quiera hacer AF". Para motivar a su equipo, la farmacia ofrece días festivos por pacientes en seguimiento.

Barris opina que lo único exigible es esfuerzo y planificación: "Habría que empezar por cosas sencillas como la dispensación informada, que de forma fácil permite ganarle a la gente", y concluye: "Incrementar la facturación puede hacerse también ampliando horario, pero ése es un recurso de mediocres, porque no permite diferenciarse a largo plazo".

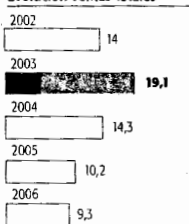
GESTIONAR LA AF SALE RENTABLE

Principales resultados económicos y de satisfacción de la Farmacia Zarzuelo. En porcentaje

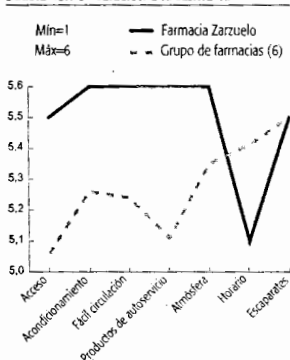
Evolución del número de recetas



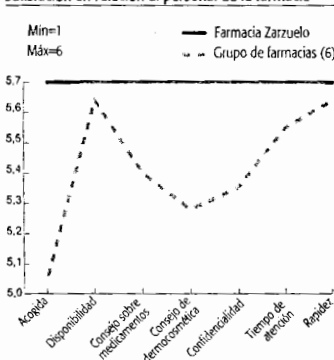
Evolución ventas totales



Satisfacción en relación a la farmacia



Satisfacción en relación al personal de la farmacia



Fuente: Memoria Farmacia Zarzuelo.

SERVICIOS DIVERSOS

Otro ejemplo de la buena marcha de la farmacia es la alta valoración que su trabajo tiene entre los pacientes en relación a otras oficinas de su entorno (ver gráficos). La clave de estos buenos resultados es una estrategia que, desde su apertura en 1999, está enfocada a diversificar servicios asistenciales, que van desde la dispensación activa hasta la detección de problemas relacionados con los medicamentos (ver cuadro). "Todas estas acciones se han puesto en

DNÍ DE LA FARMACIA

Ubicación: Farmacia de barrio ubicada en Benalmádena, localidad malagueña de unos 50.000 habitantes que alcanza los 80.000 en épocas estivales.

Extensión: 300 metros cuadrados (170 al público).

Área de influencia: convive con otras cuatro oficinas de farmacia en su zona.

Tipo de jornada: ordinaria. No tiene horario ampliado.