

# El perfil del farmacéutico 'todoterreno' triunfa en el mercado

Los profesionales que quieran afrontar su destino laboral con garantías de éxito están obligados a reinventarse, adaptando su currículo a las tecnologías emergentes y a las necesidades de los pacientes

**ALICIA SERRANO**

alicia.serrano@unidadeditorial.es

Transformarse o morir. Es el lema que han adoptado algunos visionarios del sector farmacéutico. Defienden que en estos momentos hay perfiles profesionales incipientes, que están surgiendo al calor de las nuevas tecnologías y necesidades del paciente, y que a corto y medio plazo se convertirán en los protagonistas indiscutibles del mercado. Los farmacéuticos de la distribución, la oficina de farmacia, la industria y de hospital tienen que reinventarse y formarse permanentemente para ser más competitivos y ofrecer servicios de valor. CF ha hablado con algunos de ellos.

## VERTIENTE EMPRESARIAL

Los farmacéuticos de la oficina de farmacia deberán orientarse hacia el perfil profesional de *Pharmacy Manager*, que está altamente especializado en la vertiente empresarial y de gestión del negocio de la botica. La farmacia actual tiene dos campos que requieren gestiones diferentes: el sanitario y el empresarial. En éste último juega un papel relevante la gestión eficiente de los recursos económicos, comerciales y humanos, y es donde el *Pharmacy Manager* se mueve como pez en el agua. "Es capaz de dirigir y formar equipos, desarrollar presupuestos y planes financieros, así como diseñar estrategias comerciales", explica Javier Roig, del Grupo Quatrim. En su opinión, se trata de un perfil de presente que se demanda en las oficinas de farmacia que cumplen ciertos requisitos: "Este profesional tiene sentido en boticas con facturaciones superiores al millón de euros y con un mínimo de 4 empleados", defiende. Su retribución, además, debería superar con creces a la del adjunto

## SALIDAS CON MAYOR DEMANDA

Perfiles de futuro para los profesionales del sector farmacéutico.

### OFICINA DE FARMACIA

Este profesional deberá dominar la vertiente empresarial y de gestión del negocio de la botica. También es necesario que sea un experto en herramientas digitales, sobre todo en redes sociales y nuevos canales de comunicación. El objetivo es que pueda desenvolverse en áreas más allá de la dispensación de fármacos.



### DISTRIBUCIÓN

El farmacéutico de la distribución tendrá que reconvertirse para competir en áreas que no exigen el título de Farmacia. Necesitará formación complementaria en procesos de calidad, validación de sistemas, control de temperaturas y calibración de equipos, nuevas tecnologías y gestión de equipos de profesionales.



### INDUSTRIA

Este profesional tendrá que abrir su abanico laboral para abarcar otros sectores, como el de productos sanitarios, bebidas y alimentación; así como formarse en economía de la salud para medir si los medicamentos tienen valor para la sociedad. La investigación en otros sectores también será un complemento.



### HOSPITAL

Su objetivo es mejorar los resultados de salud del paciente. Para ello necesita integrarse en los equipos multidisciplinares de los centros hospitalarios, formarse en habilidades de comunicación y asumir el liderazgo en el ámbito de la farmacoterapia. También tendrá que tener competencias en el entorno digital.



Fuente: elaboración propia.

medico," su salario tendría que estar compuesto por unos 35.000 euros brutos anuales más una retribución variable por objetivos, que podría alcanzar los 15.000 euros".

En este aspecto, dominar las claves económicas y comerciales del negocio farmacéutico serán asignaturas indispensables para el boticario del futuro, aunque la dispensación de medicamentos y el asesoramiento sanitario seguirán centrando su función principal. "Deberá desarrollar nuevas competencias profesionales basándose en un modelo que aporte más valor y en el que se haga una revisión de la oferta de servicios, y todo ello en un momento en el que la digitalización y las nuevas tecnologías tendrán que incorporarse al día a día de la farmacia", explica Luis Gonzá-

lez, presidente del COF de Madrid y de la empresa de servicios profesionales CofmS31. También dice que la dispensación de medicamentos evolucionará hacia un papel cada vez más asistencial y que la farmacia lo hará hacia una oferta profesional de más servicios de salud, de manera que se generará la necesidad de inter-

actuar mucho más con el resto de profesionales sanitarios, asociaciones de pacientes, el SNS y otros compañeros farmacéuticos. "Hay que adaptarse a los nuevos tiempos y evolucionar hasta convertirnos en *hombres renacentistas*, que en este caso serían profesionales capaces de desenvolverse en áreas que van

más allá de la simple dispensación de medicamentos", opina González.

A juicio de Rafael Tammes, socio fundador de Findasense y experto en transformación digital, las farmacias no necesitan perfiles nuevos. "Son los farmacéuticos los que tienen que formarse en las herramientas digitales, sobre todo las

**Poner el foco en el paciente.** El farmacéutico de hospital también tendrá que evolucionar para no quedarse anclado en el pasado y ser copartícipe de la humanización de la asistencia sanitaria. "El objetivo es mejorar los resultados de salud del paciente, y para ello hace falta que el nuevo profesional del futuro se integre en los equipos multidisciplinares de los centros hospitalarios, que se forme en habilidades de comunicación y que asuma el liderazgo en el ámbito de la farmacoterapia", explica a CF José Manuel Martínez Sesmero, director de Investigación e Innovación en la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria (SEFH).

También tendrá que asumir competencias más técnicas en el entorno digital para adaptarse a los sistemas sanitarios. "Las nuevas tecnologías de análisis de datos y el *Big Data* ayudarán al farmacéutico de hospital a tomar mejores decisiones de cara al paciente". Precisamente por este motivo, la SEFH está diseñando nuevos itinerarios formativos, algunos incluso en entornos diferentes de los habituales y que utilizan sistemas de aprendizaje poco explotados, como es el caso de la simulación con pacientes. "El objetivo final es que los profesionales adquieran nuevas competencias por áreas de capacitación", concluye.

relacionadas con las redes sociales y canales de comunicación como *Whatsapp*". Añade que se está descentralizando la distribución, "de manera que es necesario que los farmacéuticos avancen en la transformación digital para seguir siendo relevantes".

## FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Como un eslabón fundamental de la cadena del medicamento, el farmacéutico de la distribución también tendrá que reconvertirse para aportar mayor valor a la farmacia y al paciente. "Debemos tener una actitud y actitud más activa, así como una preparación apoyada en programas formativos que estén diseñados para ofrecer servicios de excelencia, que nos ayuden a enfrentarnos a otros profesionales no farmacéuticos en áreas en las que no se exige el título de Farmacia", explica José Ramón

El nuevo profesional tendrá que abrir su abanico formativo para abarcar otros sectores

López Suárez, vocal de Distribución del Consejo de COF. Para este experto en el sector de la distribución hace falta "tener capacidad de reinventarse, formarse continuamente, buscar nuevos socios e impulsar otras relaciones con los empleados, clientes proveedores y administraciones".

Respecto al profesional que ejerce en el sector industrial, el vocal nacional de Industria en el Consejo de COF, Eugeni Sedano, recomienda que abra su abanico laboral para abarcar otros sectores, como el de productos cosméticos, sanitarios, bebidas y alimentación. En su opinión, el que se dedique a la I+D también deberá enfocarse a otras áreas, como la investigación con animales. Otra opción es formarse en farmacología y economía de la salud "para medir si los medicamentos tienen valor para la sociedad"; así como centrarse en la elaboración de fármacos "para garantizar que se cumplen las normativas internacionales que aseguran al paciente que el medicamento que toma es el correcto".