

## Software para la gestión de compras

Bien utilizada y aprovechada, la tecnología no sólo puede ser una herramienta imprescindible para la gestión eficiente de la oficina de farmacia, sino que puede ayudarla a lograr la excelencia en muchas tareas y dar un salto cualitativo que la diferencie de su competencia. En este capítulo se enuncian los criterios para seleccionar la aplicación informática de gestión más conveniente.

**MIGUEL Á. GÓNZÁLEZ VÁZQUEZ**

Director de Gestock&Pharma, gestión integral de farmacias. gestockpharma@gmail.com

El carácter de establecimiento sanitario de la farmacia hace necesario disponer de todos los medios necesarios para prestar un servicio cada vez más especializado al ciudadano, que sabe valorar la atención y la facilidad de acceso a los medicamentos. Pero no debemos olvidar que la farmacia es también una empresa. El farmacéutico, como empresario, debe garantizar la viabilidad económica de la farmacia y gestionarla eficientemente para generar recursos con los que mejorar y ampliar los servicios que ofrece a sus clientes frente a la competencia.

En general, la farmacia y el mundo empresarial muestran inercia al cambio. Cuesta dar el paso que implica una nueva estructura para el manejo de la información, basada en una tecnología, la informática, que no es familiar a multitud de pequeñas y medianas empresas. Pero cejar en la inercia es un craso error. La mentalidad emprendedora y/o empresarial no debe nunca desestimar la innovación. La farmacia debe estar abierta a todas las innovaciones tecnológicas que posibiliten su robustecimiento y el desarrollo de la actividad comercial dentro del

sector de mercado en el que se encuentra. Un uso adecuado de la informática adecuada nos hará más competitivos.

### Una herramienta *sine qua non*

¿Cómo habríamos sobrevivido sin informática los farmacéuticos de Granada en este 2007 a un cambio de precios de referencia de Andalucía el 1 de enero, un cambio de precios nacionales y devolución de mercancía a la industria o a la distribución en marzo de 2007 y un cambio «no previsto» de los precios en Andalucía (después del efectuado el 1 de enero), que acarreó el desabastecimiento temporal de 270 medicamentos por error de interpretación de la norma? Sencillamente, si con la informática instalada ha sido muy complejo, sin ella habría sido imposible.

Obviamente, en el año 2007 el sector está convencido ya de que la informática es una herramienta imprescindible para mejorar su trabajo diario en su doble vertiente: la asistencial y la empresarial.

### ¿Qué implica informatizar una farmacia?

Informatizar una farmacia es establecer una metodología y unas herramientas informáticas (equipos y aplicaciones) que permitan tratar la información para la realización automática de todos los pasos asociados a la gestión de la empresa.

La informática es la técnica que, mediante ordenadores y programas, permite el tratamiento automático de la información. Hoy más que nunca, cuando el margen de la farmacia ha caído un 30% en los últimos 8 años, el titular precisa tener toda la información posible acerca de su empresa y su entorno para poder hacer una gestión óptima de la farmacia que conduzca hacia la fidelización del cliente, único camino hacia la rentabilidad y la supervivencia como pyme del sector de la salud (tabla I).

La farmacia debe ser una asociación de recursos, ideas y decisiones con un objetivo común: maximizar los beneficios de la empresa mediante una adecuada política de marketing y una óptima fidelización de los clientes, lo que, en definitiva, permitirá ofrecer la

«¿Cómo habríamos sobrevivido sin informática los farmacéuticos de Granada en este 2007 a un cambio de precios de referencia de Andalucía el 1 de enero, un cambio de precios nacionales y devolución de mercancía a la industria o a la distribución en marzo de 2007 y un cambio «no previsto» de los precios en Andalucía (después del efectuado el 1 de enero), que acarreó el desabastecimiento temporal de 270 medicamentos por error de interpretación de la norma?»



**Tabla I.**  
**Beneficios de la informatización de la farmacia**

Beneficios	Actividades diarias de la farmacia									
	Pedidos	Cobros	Facturación	Pagos	Inventario	Nóminas	Contabilidad	Impuestos	Clientes	
Reducción del trabajo de oficina	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
Reducción de los períodos	•	•			•					
Reducción del stock medio	•				•					
Reducción de los costes de negocio	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
Gestión de caja		•								
Incremento de ventas		•		•		•	•	•	•	
Mejora de las relaciones con los clientes	•	•	•							
Gestión de la planificación	•	•	•	•	•	•	•	•		
Control de la farmacia	•	•	•	•	•	•	•	•	•	

mejor cartera de productos y servicios posible y aportar valor a la sociedad en el ámbito de la salud.

### Criterios de selección del hardware: configuración media recomendable

Aunque el presente artículo se centra en la elección del software de gestión de la oficina de farmacia, conviene dar algunas breves indicaciones o pinceladas sobre el hardware (ordenador, impresoras y periféricos).

**Puestos de trabajo.** Hoy día se recomienda un puesto de trabajo en la zona de dispensación por cada 250.000 euros de ventas a PVP. A eso se añadiría un puesto más en recepción de pedidos, que serviría para ese fin y, en ocasiones, en farmacias con un gran volumen de dispensación de recetas, para apoyo en receta electrónica; y otro en el despacho para la negociación con los proveedores. De esta manera, una farmacia media que venda 750.000 euros necesitaría 3 puestos en mostrador, uno en recepción y uno en despacho. Eso supondría comprar 5 licencias de la aplicación informática.

En cuanto al ordenador, sólo nos interesará que dé unas adecuadas prestaciones a la red en la que va a trabajar y, como quiera que eso depende más de la velocidad del concentrador, optaremos por un buen servidor, ordenadores de gama media para los demás

puestos y un buen concentrador que optimice el rendimiento de la red.

**Periféricos.** Además, aproximadamente, para esa farmacia media, serán necesarios:

- 4 escáneres (en el despacho no se necesita).
- 2 impresoras (una en el despacho y otra en recepción).
- 3 tiqueteras. Recordemos que es de obligado cumplimiento desde que el medicamento puede no llevar el precio dar el ticket. Pensemos que en cualquier establecimiento nos dan el tique como garantía de la compra para el consumidor y todavía en el siglo XXI algunas farmacias son remisas a algo tan elemental.
- 5 teclados y ratones (conviene que sean inalámbricos en el mostrador).
- 5 pantallas de plasma (ya no se recomienda encastrar los ordenadores debajo del mostrador porque es poco ergonómico para el usuario, en concreto para el cuello del dispensador-vendedor).

Todo esto supone, en términos de inversión, un desembolso superior al que se asocia al propio software o aplicación informática de oficina de farmacia y se trata de elementos imprescindibles pero fungibles. El ordenador suele tener una vida media de 3 años, es decir, tras ese plazo está tecnológicamente anticuado. Antes o después tendrá que ser sustituido.

### Criterios de elección del software

Básicamente, la elección de una aplicación informática u otra dependerá de los siguientes factores.

#### Qué queremos o esperamos obtener de la aplicación

Las expectativas respecto al software pueden clasificarse en básicas o extraordinarias:

**Lo básico.** Todos los programas para oficina de farmacia disponibles en el mercado vienen ya desarrollados en entorno gráfico Windows y tienen entre sus funciones básicas las siguientes:

- Dispensación, ventas y gestión de almacén (compras, estadísticas, devoluciones, encargos y faltas, etc.)
- Control de vendedores y cajas
- Pedidos: generación y optimización según distintos criterios. Lotes de ofertas de proveedores. Repaso automático de pedidos. Gestión de albaranes y facturas de proveedores.
- Transmisión de pedidos bidireccional (vía módem y vía internet) con respuesta a ceros.
- Control, consumo y facturación de clientes.
- Facturación: entidades, bloques, facturación a colegios profesionales.
- Acceso desde el propio programa a la base de datos del Consejo Gene-

Tabla II.

## Software de gestión para la oficina de farmacia vinculado a distribuidoras farmacéuticas mayoristas

Empresa	Producto	Teléfono	Correo electrónico/sitio web
Cecofar Informática	UnycopWin	954 44 98 15	informatica@cecofar.es
Cofares	Cifarma	91 5941818	www.cifarma.net
Federació Farmacèutica SCCL	IOFWin	932 45 58 30	webfederacio@fedefarm.es/iof@fedefarm.es
Marka Informática/COFAGA	Cofagest	986 48 00 45	la_coruna@softmarka.es
Pharmaplus	Alliance Healthcare	902 166 365	www.alliance-healthcare.es

ral de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF) mediante la compra del catálogo general y el *Panorama Actual del Medicamento*.

- Libros oficiales.
- Fácil consulta de datos, tanto profesionales como de gestión.
- Importación de datos desde cualquier otra aplicación.
- Interacciones desde ventas.
- Atención farmacéutica y consulta profesional.
- Adaptación a la Ley Orgánica de Protección de Datos.
- Tarjeta sanitaria individual.
- Adaptación a normas autonómicas.
- Adaptación a la receta electrónica.

**Lo que marca la diferencia.** En función de nuestras exigencias personales respecto de la aplicación, deberemos comprobar si ésta nos ofrece las siguientes prestaciones:

- Asistencia y actualizaciones remotas vía internet.
- Exportación de datos a aplicaciones de alto uso como Word y Excel para su posterior manejo en merchandising de gestión.
- Elaboración de listados definidos por nosotros mismos.
- Módulo de formulación magistral.
- Módulo de marketing.
- Módulo de agrupamiento de farmacias: para gestión de grupos de ventas y servicios o grupos meramente de compras.
- Gestión multialmacén.
- Mensajes SMS.
- Módulo de homeopatía.

**El ordenador suele tener una vida media de 3 años, es decir, tras ese plazo está tecnológicamente anticuado. Antes o después tendrá que ser sustituido**

- Contabilidad integrada.
- Gestión multiempresa.
- Gestión de emblistado (monodosis).
- Integración en la aplicación de robots o autómatas.
- Cuadro de mando integral.

Estas serán las funciones que marquen la diferencia desde el punto de vista de lo que nos puede aportar cada software e indicarán, asimismo, si tiene o no detrás un equipo de desarrollo de la aplicación potente, dinámico y en vanguardia.

### Cuánto nos cuesta y cuánto nos da

La inversión que efectuamos en la adquisición o cambio del software hay que medirla en términos de coste/beneficio.

### Garantías tecnológicas y certificaciones del producto

Los avales tecnológicos y certificaciones de la aplicación indicarán el posicionamiento tecnológico de la empresa que la sustenta y su reconocimiento es una garantía para el comprador.

### Cursos de formación

Hay que tener en cuenta el coste de los cursos iniciales o de adaptación (por ejemplo, sobre receta electrónica). Los

cursos iniciales son cortos y sirven para ilustrar sobre el manejo básico de la aplicación, pero deberemos indagar si posteriormente se nos asegura la formación en nuevas demandas (receta electrónica, etc.) con carácter gratuito y si, además, se ofrece formación exhaustiva sobre los módulos de vanguardia (marketing, contabilidad, gestión de stocks, etc.). Si no cabe la posibilidad de realizar esos cursos, sean o no de pago (lo que vale cuesta), no podremos considerar que la aplicación sea excelente de cara a conseguir el desarrollo del merchandising de fidelización que hará realmente competitiva nuestra farmacia.

### Contrato de mantenimiento anual y servicio posventa

En cuanto al mantenimiento, lo importante no es el importe anual de la actualización, que puede oscilar entre 350 y 550 euros aproximadamente, en función del número de licencias, sino si realmente resuelve de forma imaginativa y dinámica problemas como el de la bajada de precios de 2007. Para ello lo mejor es preguntar a conocidos que sean usuarios de la aplicación.

### Mercado de software para la gestión de la oficina de farmacia

El mercado se divide, básicamente, en 2 grandes segmentos de aplicaciones: las asociadas a la distribución farmacéutica mayorista y las que son producto de empresas independientes.

### Aplicaciones de la distribución

Las aplicaciones ligadas a los mayoristas son paquetes informáticos (tabla I)

**Tabla III.**  
**Software de gestión para la oficina de farmacia de empresas independientes**

Empresa	Producto	Teléfono	Correo electrónico/sitio web
Bindar	Sifar	917 01 41 00	info@bindar.es
CSG Software	BitFARMA Windows 2006	902 10 49 37	info@csgsoftware.es
Consoft	Farmatic Windows	966 42 60 30	consoft@consoft.es/www.farmatic.es
DMR Sistemas	Asclepio	941 25 91 33	info@dmr.es
Dominion TI	Farmac		
Etron Software	Etron Farmacia	987 27 26 90	info@etronfarmacia.com
FarmaCom	La Botica	91 435 64 76	labotica@farmacom.com/www.farmacom.com
Pulso Informática	Nixfarma	963 52 30 52	info@pulsoinformatica.es/www.pulsoinformatica.es
Softec	Gestifarma XXI	902 902 527	clientes@softec.es/www.softec.es

que surgen como sistema de captación de clientes (oficinas de farmacia) y servicio de fidelización de los distribuidores farmacéuticos. Inicialmente, por el sistema de codificación diferenciado en parafarmacia, dejaban cautiva a la farmacia usuaria que, por comodidad (por no buscar el código alternativo) dirigía todas sus compras hacia un solo proveedor.

Estas aplicaciones van a rebufo del desarrollo de las aplicaciones de empresas de software independientes. La prueba más evidente de que esto es así es que en casi todas las distribuidoras con software propio había la llamada «comisión de usuarios» formada por

socios de reconocida inquietud informática, eufemismo que encubría a socios que tenían programas líderes y sugerían las mejoras ya existentes para llevarlas, lo antes posible, a la aplicación propiedad de la empresa de distribución.

En cualquier caso, estas aplicaciones constituyen una opción cómoda para aquellas farmacias que se conforman con los contenidos del paquete básico. La tabla II incluye una lista no exhaustiva de las aplicaciones vinculadas a distribuidoras mayoristas. Si se escoge esta opción, conviene que el software sea el del distribuidor mayoritario con el que trabaja nuestra farmacia.

### Aplicaciones independientes

Las llamadas aplicaciones independientes o de empresa son productos de software no vinculados a la distribución farmacéutica. Tecnológicamente son las más avanzadas del mercado y suelen ser las empleadas por las farmacias para volúmenes de gestión importantes o estrategias de gestión sofisticadas. Es la herramienta recomendable para todo el que aspira a ser líder en su entorno y gestionar su farmacia con el mínimo consumo de tiempo.

La tabla III recoge una lista no exhaustiva de aplicaciones no ligadas a la distribución farmacéutica mayorista. Entre ellas destacan, por número de clientes, *Farmatic Windows* y *Nixfarma Oracle*:

→ *Farmatic Windows* de Consoft. Es una aplicación con entorno gráfico 100%, que utiliza soluciones profesionales de Microsoft. Su base de datos es manejada por Microsoft Server SQL. Farmatic ha obtenido la más alta calificación otorgada por Microsoft y es el único producto de gestión para farmacias con certificado CEE para Windows. Cuenta con más de 4.200 clientes. Ofrece:

- *Farmatic multialmacén*, que permite gestionar diferentes almacenes en distintos lugares y controlar los *stocks* de los artículos en cada uno de ellos.
- Módulo de *Formulación Magistral* de Consoft (coste adicio-

### Conclusión

Hoy día casi la totalidad de las farmacias se encuentra informatizada con alguna aplicación de software para la gestión específica de este tipo de empresas. En los procesos básicos todas son recomendables y útiles. A las farmacias que quieran ir más allá en las tareas de merchandising de gestión y fidelización, les convendrá, no obstante, optar por una aplicación independiente –las líderes son *Farmatic Windows* y *Nixfarma Oracle*— por sus mayores prestaciones y el ahorro de tiempo que aseguran en el día a día. Pero lo más importante es la formación del titular y su equipo en el software escogido, para que puedan sacar el máximo rendimiento al producto, sea cual sea.

La planificación es una de las herramientas fundamentales para una buena gestión y ésta solo es posible con una buena aplicación informática que permita, sin consumos excesivos de tiempo, establecer un plan de marketing para la farmacia. Quizás es más importante la aplicación del ordenador que la cruz o la puerta automática, aunque ambas sean inversiones necesarias y con retorno. El farmacéutico es quien decide. □

nal), totalmente adaptado al Real Decreto 175/ 2001.

- Software de Consoft para la gestión del Dispositivo de Ayuda al Cumplimiento terapéutico —Gestión DAC (coste adicional)—. Aporta a la farmacia toda la sistemática el control de calidad necesarios para que el farmacéutico pueda prestar este servicio con total seguridad y comodidad.
- *Homeosoft* (coste adicional). Es un nuevo producto informático creado para apoyar a la oficina de farmacia en la dispensación de productos homeopáticos. Con *Homeosoft* se accede de forma fácil al conocimiento sobre cómo utilizar los preparados homeopáticos; es una herramienta que permite consultar y aconsejar con inmediatez en el uso de la homeopatía.
- *Farmatic marketing*. Esta herramienta permite procesar la información sobre lo acontecido, día a día, en el mostrador de la farmacia, atendiendo las necesidades específicas de los clientes y aumentando la competitividad de la farmacia.
- *Farmatic Grupos* (coste adicional). Facilita la posibilidad de compartir información y de llevar a cabo una amplia lista de procesos entre varias farmacias.
- Mensajes SMS.

→ *Nixfarma Oracle* de Pulso Informática<sup>1</sup>.

Esta empresa está presente en el mercado de la informática y las comunicaciones desde 1984. Cuenta con 3.500 farmacias entre sus clientes. *Nixfarma* forma parte de su línea de productos para la farmacia, junto con: *CuentaPul*, *Nixdieta* (coste adicional) y *Nixherbo* (coste adicional).

- Nixfarma cuenta con la mejor tecnología del mercado: la que proporciona la compañía Oracle Corporation, líder mundial como proveedor de software para gestión de información y segunda compañía en ventas de software (12.888 millones de euros de ventas en 2006).
- Se encuentra en pilotaje el desarrollo del *Cuadro de Mando Integral* para facilitar el plan de marketing de la farmacia en 4 áreas posibles. □

## Notas

1. Posteriormente a la redacción de este artículo Pulso Informática ha sido adquirida por una compañía portuguesa de servicios de la Asociación Nacional de Farmacias de Portugal (ANF), que a su vez es propietaria de un elevado porcentaje de Alliance Boots en el país vecino.