

# ¿Y si practicamos el «ubuntu»?

Daniel de María\*

Las puertas de la venta de medicamentos *on-line*, todo parece de color de rosas. «Se avecinan nuevas oportunidades que nos sacarán de la crisis», se oye en los mentideros. «Hay que estar al día», dicen unos. «Es una buena oportunidad para diferenciarnos de otros canales», argumentan otros. «Nos permitirá ampliar el área de influencia», alegan los de más allá.

Desde hace unos años, en la farmacia parece ser imprescindible entender de «e-commerce», *marketing*, escaparatismo, campañas de temporada, estrategias de venta cruzada, tarjetas de fidelización, cursos para sacar más rendimiento a tu negocio (perdón por el lapsus, quiero decir «a tu farmacia»)... Y al final uno empieza a plantearse si lo está haciendo mal, como le pasaba al del chiste, aquel que yendo por la autopista oye un aviso radiofónico sobre un conductor suicida que circula contra dirección. «¿Uno? –exclama asustado– ¡Pero si van muchos!»

A mí todas estas cuestiones empresariales me cuestan. Yo es que estudié Farmacia y no Económicas, sabrán perdonarme. Y la Facultad de Económicas en Barcelona está justo al otro lado de la Diagonal con respecto a la de Farmacia. Yo me esfuerzo cada día por no cruzar al otro lado...

Reflexiono y todo esto me recuerda una historia que creo viene al dedillo. Se dice que un antropólogo propuso un juego a los niños de una aldea africana. Colocó una canasta llena de frutas cerca de un árbol y les dijo a los niños que el que llegara primero ganaría todas las frutas. Cuando dio la señal para que corrieran, todos los niños se cogieron de las manos y corrieron juntos. Después, todos se sentaron a disfrutar del premio.

Cuando él les preguntó por qué habían corrido así, cuando uno solo podía ganar todas las frutas, le respondieron: «Ubuntu, ¿cómo uno de nosotros podría estar feliz si todos los demás están tristes?». Y es que «ubuntu»



©Thinkstock

en su cultura significa «Yo soy porque nosotros somos».

A las oficinas de farmacias han puesto una cesta de frutas delante y parece que quien no corre vuela para llegar el primero. ¿Cómo nos diferenciaremos de la competencia que quiere quitarnos una parte del pastel? Una red de farmacias que llega de manera cercana al 99% de la población debería tenerlo fácil: apostando por la proximidad, por el contacto directo con el paciente (que no cliente), por una dispensación adecuada (que no venta), por un consejo farmacéutico, por un SPD, por un SFT y por una cartera de servicios sanitarios que faciliten y cubran las necesidades de salud de nuestros pacientes...

Y claro, lo más importante para tener éxito es hacer todo esto practicando el «ubuntu». Todos a una y cada uno desde su lugar, siguiendo unos protocolos y una forma de actuar basados en criterios sanitarios y no economicistas. ¿Queremos diferenciarnos? Ofrezcamos salud, proximidad y criterios consensuados (si me dieran un céntimo por cada vez que le he dicho a un paciente que lo que me pide necesita receta y éste me ha respondido que no es así, que en otras farmacias se lo dan...).

Cualquier cadena nos puede ganar en descuentos, ventas por Internet, publicidad en medios..., pero ninguna lo hará extendiendo una red de farmacias por todo el territorio nacional con profesionales cualificados al frente, como nosotros ya tenemos. Sencillamente porque no les interesa, porque económicamente no les saldría rentable.

Alguno pensará que está preparado para llegar el primero y quedarse con la cesta de frutas. Ojo. Y, a largo plazo..., ¿quién te garantiza que una multinacional no llegue, te coja la cesta y te deje peor? ¿Quieres comer fruta por mucho tiempo? ¿Y si practicamos el «ubuntu»? ●

\*Miembro de AEFLA