

**Guillermo Bagaría
de Casanova**

Farmacéutico comunitario.
Vocal de Oficina de Farmacia
del COF de Barcelona

«Nuestro
laboratorio es
una categoría
estable, sólida y
en crecimiento»

Texto: Javier March
Fotos: Raül March



Entrevista

Puede ver el vídeo
de la entrevista en:
[https://www.elfarmacutico.es/
tendencias/entrevistas](https://www.elfarmacutico.es/tendencias/entrevistas)



—¿Cómo se definiría como farmacéutico?

—Me gusta definirme y proyectarme como un farmacéutico de barrio, porque este término lleva implícito mucho de todo aquello en lo que creo: la empatía, la proximidad, la confianza, el compromiso con la salud de los pacientes a los que conozco...

—¿Cree que su perfil encaja con el de la mayoría del colectivo?

—Creo que mi perfil como farmacéutico de barrio sí es compartido. Además, soy un farmacéutico muy asistencialista, me creo mucho el papel que tienen la farmacia y el farmacéutico comunitario en la promoción de la salud y en la prevención de la enfermedad, lo que me lleva a prestar muchos servicios asistenciales. Creo que esto sí que es un hecho diferencial. Hacemos muchas cosas, y muchas veces tengo más gente en la rebotica que en el mostrador.

—¿Cree que la farmacia es un buen espacio para innovar?

—Sin duda. La farmacia tiene una gran oportunidad para innovar, es un ámbito lleno de oportunidades para desarrollar nuevas líneas de desarrollo profesional, y prueba de ello es la multitud de oportunidades que han florecido en los últimos años, que hacen necesario estar un poco despierto para aprovecharlas e impulsar la profesión, que creo que es algo que estamos haciendo mayoritariamente todos los farmacéuticos en España.

—¿Cómo se puede medir el éxito en una farmacia?

—El éxito es un criterio muy subjetivo. ¿Qué es el éxito? Seguro que hay muchas visiones diferentes. Yo no me centraría en el éxito económico, aunque sin duda es una forma de medir la eficacia de los proyectos. Me siento más cómodo hablando de éxito en el contexto del compromiso con la gestión de los problemas de salud del barrio; es decir, en qué forma puedo aportar soluciones para ser útil a mi comunidad. Creo que en esta medida sí que podría decir que mi farmacia es una farmacia de éxito: me siento exitoso por cuanto despliego herramientas que detecto que son necesarias en el barrio.

—El laboratorio de formulación magistral ocupa un lugar destacado en su farmacia. Fue y es un proyecto fundamental. ¿Cómo titularía este proyecto?

—El título sería categoría de laboratorio de galénica, y la justificación de este título está en que es posible desarrollar el laboratorio de galénica como una categoría específica, con un balance específico, al que uno puede subirse para impulsar la rentabilidad de la oficina de farmacia y el compromiso profesional que esta tiene con el medicamento. El laboratorio nos permite hacer medicamentos individualizados, y eso cubre muchísimas



Entusiasmo: esta es la sensación que percibimos durante nuestra conversación con Guillermo Bagaría al pedirle que nos hable de la categoría de laboratorio de galénica que ha implementado en su farmacia. No son muchas las farmacias que optan por la formulación magistral, cuando lo cierto es que, como él mismo explica, «una de las grandes fortalezas que tiene trabajar haciendo fórmulas magistrales es que te sientes muy útil desde un punto de vista sanitario».

circunstancias de demanda de soluciones sanitarias de la población. Por lo tanto, la gestión como categoría permite focalizarse en la rentabilidad económica favorable que tiene el laboratorio y, al tiempo, en el impulso profesional que le confiere a la farmacia.

—¿Cómo surgió la idea?

—Surgió como un planteamiento crítico. Soy segunda generación de farmacéuticos, y cuando llegó el momento de pensar en la farmacia que queríamos proyectar, se vio plasmada la necesidad de hacer un cambio disruptivo respecto a la farmacia que heredaba, una farmacia de la década de 1970 muy distinta de lo que es la farmacia del siglo XXI. Nos sentamos a analizar qué debía ser del laboratorio: si debía continuar siendo parte esencial de la profesión y de la farmacia que proyectábamos, o si bien debía ser algo que dejásemos de lado. La decisión —creo que acertada, con la perspectiva que da el tiempo— fue que ese laboratorio, que era pequeñito en sus orígenes, pasase a ser un elemento vertebral de la far-

«Me gusta definirme y proyectarme como un farmacéutico de barrio»

macia, dedicándole un espacio, una superficie y unos recursos que con la evolución temporal se ha visto que fueron acertados y que han requerido también actualización y renovación.

—Cuando empezó, ¿qué objetivos se marcó?

—El objetivo principal era que el laboratorio fuese una herramienta vertebral de la farmacia, que proyectase nuestro desarrollo profesional pero que al mismo tiempo fuese rentable. Eso lo hemos ido concatenando de forma que año tras año, análisis tras análisis, hemos visto que el laboratorio tenía una tendencia creciente, orgánica, natural, que nos ha ido llevando a las siguientes reflexiones y a las siguientes inversiones, hasta que ese crecimiento ha sido el que nos ha llevado a la situación de hoy. Los objetivos eran cortoplacistas y medioplacistas, pero a medida que los hemos ido alcanzando hemos ido proyectando nuevos objetivos que también se han ido consolidando. Ha sido, por tanto, un proceso paulatino, sosegado y muy racional.

—En este camino, ¿cómo ha cambiado su manera de trabajar?

—La inquietud profesional es la que nos ha llevado a hacer estos cambios disruptivos. Empezamos con algo pequeño, formulando de una manera profesional, íntegra y comprometida las fórmulas magistrales que llegaban para nuestros pacientes, y poco a poco vimos que ahí había crecimiento y que incluso las farmacias de alrededor nos pedían que formulásemos para ellas. Fuimos

valorando las opciones, pasamos a elaborar a terceros, con la incorporación de varias farmacias vecinas, bien avenidas, con mucha confianza y mucha proximidad. Nos desplazábamos caminando a llevar las fórmulas, y eso fue creciendo paulatinamente. Al mismo tiempo, vimos la posibilidad de desarrollar nuevos servicios asociados al laboratorio, como, por ejemplo, el programa de mantenimiento con metadona, y también de elaborar fórmulas magistrales de estupefacientes para un perfil de usuario que, asistencialmente, también nos interesaba mucho. Luego fuimos incorporando la posibilidad de formular cosméticos, tanto cosméticos individualizados para un paciente concreto como cosméticos seriados para los pacientes de nuestra oficina de farmacia. Y eso nos ha ido llevando a incorporar diferentes fuentes de desarrollo o de negocio en la categoría del laboratorio, de tal forma que no nos apoyamos sobre un solo pie sino que tenemos varios pies, diferentes *inputs* de negocio que hacen que el laboratorio ahora mismo sea una categoría estable, sólida, y que nos permite continuar con un crecimiento que vislumbramos que no se ha acabado.

—¿Con qué equipo cuenta actualmente?

—Empecé formulando yo solo y ahora somos un grupo de cuatro farmacéuticos *full-time*, al que me incorporo eventualmente para darles un poco de apoyo. Concretamente, son dos farmacéuticas por la mañana y dos por la tarde que están permanentemente atendiendo las fórmulas que recibimos.



«El SPD se debe ofrecer con un criterio de proximidad, porque no debemos perder esa humanidad, ese conocimiento, esa capacidad de resolución ágil que nos da la proximidad»

—Si tuviera que explicar las barreras que ha encontrado al poner en marcha la categoría de laboratorio de galénica, ¿cuáles serían?

—El principal escollo ha sido creérmelo, creer que es posible avanzar en esta línea y que, si las ideas, las propuestas y los números son propicios, simplemente hay que sentarse, analizar, planificar, estructurar e implementar. Una vez superado este primer escollo, tenemos multitud de recursos a nuestro alrededor para poder hacer frente a este reto: el centro de información del medicamento, la asesoría jurídica del colegio de farmacéuticos, las asociaciones de formulistas... Lo demás es análisis de oportunidad, de inversión, de retorno de la inversión, de financiación, etcétera; es decir, un lenguaje cotidiano al que estamos habituados en las pymes para hacer frente al día a día.

—¿A cuántas farmacias ofrecen ahora el servicio?

—Unas 50-60 farmacias están dentro de nuestra cartera de clientes, y venimos proveyendo de forma activa a unas 45, a las cuales les hacemos fórmulas magistrales cada día.

—¿El modelo de formulación a terceros puede aplicarse al SPD?

—Son servicios muy diferentes. La elaboración a terceros de un medicamento individualizado requiere un laboratorio y constituye una complejidad operativa que dificulta que todas las farmacias tengan laboratorio. Entiendo que existan farmacias elaboradoras a terceros, aunque lo deseable sería que todas las farmacias pudiesen formular. No es posible técnicamente, por espacio, circunstancias... El seguimiento farmacoterapéutico con SPD requiere un componente humano, un componente de análisis, conocimiento del paciente... para saber cuáles son sus circunstancias, cuál es su medicación y su tendencia socioeconómica familiar. Con esto quiero decir que la proximidad en la gestión del paciente con SPD hace que sea un perfil muy diferente al del paciente que requiere un solo medicamento para una fórmula magistral, en la cual el farmacéutico que dispensa puede interlocutar perfectamente. Yo creo que el SPD se debe ofrecer con un criterio de proximidad porque no debemos perder esa humanidad, ese conocimiento, esa capacidad de resolución ágil que nos da la proximidad y que para el SPD es tan importante.

—Ha explicado que dispone de una línea de cosmética y que ofrece fórmulas cosméticas personalizadas...

—La cosmética seriada es un ejemplo de lo que le comentaba de las capacidades competenciales del farmacéutico, que es capaz de poder formular de forma seriada un cosmético porque la ley lo ampara y lo avala. ¿Qué



FICHA DE LA FARMACIA

Farmacia Bagaría-Casanova

¿Dónde está situada?

c/Ingeniero Moncunill, 48. L'Hospitalet de Llobregat 08905.

¿Desde cuándo es titular?

Desde hace 15 años.

¿Cuántos empleados tiene?

10.

¿Qué tipo de clientes tiene?

Farmacia de barrio con población de procedencia, cultura e idioma diversos.

¿Qué servicios ofrece?

- PIX (programa de intercambio de jeringuillas).
- PMM (programa de mantenimiento con metadona).
- Prueba rápida del VIH.
- PDCCR (cribado de cáncer colorrectal).
- PCT (programa de cesación tabáquica).
- SPD (seguimiento farmacoterapéutico con SPD).
- Formulación magistral.
- PP.DD. (primeras dispensaciones).
- FarmaServeis (seguimiento de la tensión arterial, glucemia, colesterolemia, control alimentario).
- Dispensación de MHDA (medicamentos hospitalarios de dispensación ambulatoria).

Personas que atiende la farmacia (al día): más de 150.

Correo electrónico: farmac@farmac.es

Whatsapp: 622 483 588

Web: www.farmac.es

«Me encantaría que todas las oficinas de farmacia de España tuviesen la capacidad de formular, porque es algo inherente a nuestra profesión y que aporta grandes soluciones a la sociedad»

hay que hacer? Pues hay que seguir unos procedimientos técnicos, de registros, de notificaciones, que no son más que trámites administrativos para garantizar que hacemos las cosas bien, y dejarlo plasmado y documentado. Con esto quiero decir que la elaboración de cosmética seriada no tiene una complejidad técnica ni profesional; tiene una complejidad administrativa, pero es una vía de desarrollo de negocio superinteresante, muy satisfactoria profesionalmente y que nos ayuda a acercar a los pacientes/clientes soluciones cosméticas de grandísima calidad y a un precio muy ajustado, muy competitivo.

—¿Ha llegado al máximo en este proyecto? ¿Qué va a ser lo próximo?

—Recientemente hemos hecho una reforma en el laboratorio que nos ha permitido duplicar la superficie de trabajo y, por lo tanto, la capacidad de formulación. Ese tamaño de laboratorio puede crecer para abordar mayor capacidad. No vemos tope en la demanda; hay una situación de mercado floreciente que empuja al desarrollo del laboratorio, y tenemos una capacidad de crecimiento bastante elevada. Incluso cabe la posibilidad de desarrollar elaboración de estériles con la implantación de salas blancas. El desarrollo y el crecimiento nos llevarán paulatinamente a ese punto de inflexión en el que valoraremos si es conveniente, si es oportuno, pero, hoy en día, la capacidad de crecimiento y desarrollo no la vemos limitada.

—¿Se plantea proveer a hospitales?

—Sí, es una de las opciones que estamos barajando próximamente, por qué no. Somos capaces de formular para una farmacia y también para un hospital que no tenga la capacidad técnica, el tiempo o el personal necesarios. De hecho, estamos muy próximos a hospitales de referencia en la ciudad que son clientes potenciales. Por lo tanto, por supuesto que sí, no hay ningún impedimento profesional ni técnico para no tener a los hospitales como potenciales clientes. Además, somos capaces de ofrecer una agilidad logística y operativa que puede ser diferencial. Lo que pasa es que hay que plantearse las estrategias en los momentos en los que uno está capacitado para adquirir un determinado compromiso de servicio. Servir a un hospital requiere un compromiso en la agilidad operativa y, por lo tanto, hay que estar seguro de dar ese paso. Es una opción que contemplamos,

desde luego que sí; además, profesionalmente, he de decir que es un reto, y no solo para mí como titular, sino también para el equipo de farmacéuticos que trabajamos en el laboratorio.

»Y permítame que aproveche este hilo para remarcar que una de las grandes fortalezas que tiene trabajar haciendo fórmulas magistrales es que te sientes muy útil desde un punto de vista sanitario. Muchos viernes por la tarde, cuando nos llega una fórmula magistral pediátrica de un paciente que sale del hospital y que no tiene la medicación, si sabes que eres capaz de formular en cuestión de horas para que esa familia esté en su casa con el tratamiento al alta... Eso te satisface mucho como persona y como profesional, y te permite volver a casa un viernes tarde «enchufado», sintiendo que esa tarde ha merecido la pena estar en el laboratorio porque has resuelto un problema. Eso engancha, te fortalece, te subraya como profesional y como persona. Para nosotros es uno de los motivos de adherencia al laboratorio; nos sentimos muy satisfechos profesionalmente y, como empresario, le diré que también me es útil para retener talento. El equipo se siente muy realizado con el laboratorio como herramienta de expresión profesional, y eso para mí, en los momentos que vivimos de dificultad de acceso a profesionales cualificados, también es un argumento que me satisface.

—¿Cree que esto es extrapolable a otras farmacias?

—Sí, por supuesto. El laboratorio de galénica es algo propio de la oficina de farmacia y, por lo tanto, es extrapolable, aunque evidentemente hay que poder cumplir los requisitos técnicos de espacio, de normativa, de formación y de profesional. Me encantaría que todas las oficinas de farmacia de España tuviesen la capacidad de formular, porque es algo inherente a nuestra profesión y que aporta grandes soluciones a la sociedad. No puede ser así por lo que sabemos, bueno, pues que existan farmacias referentes que puedan elaborar para otros; pero, por supuesto, animo a todo aquel que tenga la inquietud, que tenga la duda, a que haga números y que no se focalice en una sola fuente de desarrollo de negocio en el laboratorio, sino que abra el abanico. Hay muchísimas posibilidades que permiten afianzar esa apuesta, y hacer que sea una apuesta que orgánicamente vaya creciendo y que nos permita crecer profesionalmente. ●

¿TE CUESTA IR AL BAÑO?

Lipograsil®

Siéntete bien.
Ayuda a tu tránsito intestinal.¹

DOBLE EFECTO Clásico

Complemento alimenticio a base de fucus que facilita el tránsito intestinal.

Ingredientes



Alcachofa



Fucus



Cáscara sagrada

