

## ● Un día en la farmacia de...

Texto: Francesc Pla  
Fotografías: Martín Marco

José Ibáñez. Gavà (Barcelona)

# Un «trasatlántico» en el océano farmacéutico

**La farmacia de José Ibáñez en Gavà (Barcelona) es un verdadero desafío. Es como un gran trasatlántico que requiere un capitán experimentado, capaz de afrontar una travesía que puede deparar numerosas sorpresas.**

“**Si todo está bien engranado y fluye, el cliente lo nota, lo valora y, en definitiva, te premia»**

José Ibáñez quería ser oceanógrafo. Conocer y estudiar los secretos del mar era su vocación juvenil. Empezó a estudiar Farmacia porque le abría las puertas de entrada a la carrera de segundo ciclo de Oceanografía. El contacto con los estudios de farmacia, que, en principio, deberían haber sido puramente instrumentales, le abrió los ojos, conoció y se entusiasmó por el mundo farmacéutico: «Quedé prendado de la profesión». Un enamoramiento que se ha visto confir-



José Ibáñez (centro), junto a parte de su equipo

mado durante los años que ha ejercido la profesión como farmacéutico comunitario. «De eso ya hace más de 30 años. Me sorprende lo rápido que han pasado», reconoce.

José Ibáñez es licenciado en Farmacia, graduado en Nutrición, MBA en ESADE y máster en atención farmacéutica. Ha sido presidente de SEFAC y de la empresarial de Tarragona. «Me llenaba más la faceta profesional de SEFAC y dejé la empresarial», explica. Después de esa etapa el nue-

población costera próxima a Barcelona, estuvo motivado principalmente por lograr objetivos económicos. «Siempre he transitado por la senda que existe entre el mundo empresarial y el profesional», explica. Y es así porque no concibe un mundo sin el otro: «Creo que hemos logrado los objetivos económicos a través de un buen servicio profesional».

En la familia de José Ibáñez no es frecuente la existencia de sagas profesionales. «En mi familia –nos explica–, du-



vo reto era transmitir a un equipo lo que sabía hacer y plasmarlo en la farmacia de la que es titular actualmente.

### Del mundo rural al urbano

Su carrera profesional como farmacéutico empezó en la farmacia de Garcia, que es un pueblo de 600 habitantes en la comarca tarraconense de La Ribera d'Ebre. «Con 26 años –sin experiencia profesional– y los tipos de interés al 18% –encontrar financiación bancaria era complicado– las posibilidades eran limitadas», por lo que se planteó «una situación tranquila, sin demasiado riesgo financiero». Sin embargo, descubrió que ese mundo rural era incluso demasiado tranquilo para él. «Estuve allí tres años –nos cuenta– y luego, en el año 1992, me fui a una farmacia del barrio Gaudí de Reus, donde estuve hasta 2006.»

«Me encantó esa farmacia.» Allí aprendió mucho sobre cómo ejercer de farmacéutico comunitario: «Éramos cuatro personas y el trabajo de farmacéutico era muy próximo a la gente. Ese tipo de farmacias son modélicas, son farmacias que necesitan que el farmacéutico exprima la esencia de su profesión».

Los retos siempre han sido un estímulo para José Ibáñez. El último cambio, en el año 2006, a una farmacia de gran volumen de facturación cercana a un ambulatorio en Gavá, una

rante generaciones, nadie ha repetido la profesión de su padre.» Esta circunstancia y la educación que ha tenido conforman su manera de vivir la profesión, que puede resumirse en una pregunta que él mismo se hace: «¿Por qué tengo que pensar que mi profesión es mejor que cualquier otra? Lo realmente importante es que mi profesión me ha atraído, la he disfrutado y la continuo ejerciendo».

Tiene dos hijas farmacéuticas que han roto esa tendencia familiar, pero tanto él como su esposa, que también es farmacéutica, tienen claro que ellas serán las que decidirán libremente su futuro. «Ya veremos si les interesa continuar con nuestro proyecto de farmacia. No las condicionaremos.»

### Farmacia de gran facturación

Continúa sintiendo la inquietud que le provocan los nuevos retos, pero es consciente de la dificultad de asumirlos. «Cualquier nuevo paso –explica– implica la venta de esta farmacia, lo que en nuestro caso no es sencillo.» Justifica esta afirmación con un análisis preciso de aspectos económico/financieros del mercado de las transmisiones de farmacias: «Las farmacias de gran facturación que además no tienen una gran proporción de facturación al SNS son las que tienen un EBITDA mayor

(beneficio porcentual sin restar coste financiero y amortizaciones), pero sorprendentemente no son las que se pagan mejor, como sucede en otros países con modelos menos regulados. Desde el punto de vista de la inversión son las más rentables. Sin embargo, aquí las que tienen mayor demanda y, por tanto, se venden por mejor precio son las que están en facturaciones entre el medio millón y el millón de euros».

Es imprescindible, el día a día nos desborda». No se trata sólo de una cuestión interna y organizativa. «Si todo está bien engranado y fluye –explica–, el cliente lo nota, lo valora y, en definitiva, te premia.»

La gestión del equipo y la comunicación entre sus miembros son complejas, y aún más cuando éste es numeroso y con distintos turnos para cumplir un horario muy amplio: «No cerramos ningún día del año», añade.



Además del análisis financiero, existen otros factores que inciden en la menor demanda de este tipo de farmacias y, por tanto, en su precio. «Se trata –puntualiza– de inversiones grandes y de gran complejidad de gestión para personas sin mucha experiencia y formación empresarial.»

La dirección de su farmacia actual lo ha obligado a renunciar a la atención directa del paciente. «Me provoca un pequeño luto», reconoce. Ahora su responsabilidad es saber transmitir su experiencia y conocimientos a un equipo de profesionales: «Mi reto actual es conjugar mi experiencia con su talento».

José Ibáñez se muestra exigente consigo mismo. «Aún no he conseguido trasladar plenamente mi idea de farmacia profesional, en la que el farmacéutico asuma funciones basadas en su conocimiento y el técnico en el área más operacional.» «Hemos mejorado mucho, pero todavía no he logrado un grado suficiente de vocación asistencial de todos los farmacéuticos del equipo», asegura en una muestra de sinceridad y rigurosidad. Confía en el método y los protocolos para lograr su objetivo, que no es otro que estandarizar los procesos y evitar la dispersión y la improvisación en el servicio al cliente. Señala otro reto importante: «A pesar de que las reuniones de equipo están protocolizadas, nos hace falta mejorar la comunicación del equipo.

### Farmacia moderna

Está satisfecho de ser titular de una farmacia moderna que ha crecido mucho en número de clientes. «Nuestra misión –comenta– es la mejora de la calidad de vida del paciente, mientras que otros apuestan por el producto, en su precio y en una provisión eficiente.» Está convencido de que su fortaleza y diferenciación residen en mantener clara esa misión.

En la farmacia de José Ibáñez están claramente diferenciadas, tanto por la tipología de personal como por la ubicación, el área del medicamento del área de parafarmacia: «En el área del medicamento lo que prima es aportar conocimiento».

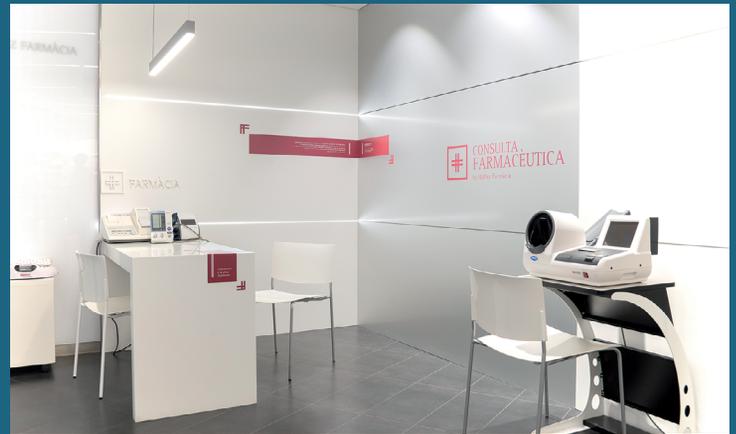
La parafarmacia genera una problemática que requiere especialización en productos y en tareas. «El *back office* es muy complejo por el gran volumen de productos, la diversidad de proveedores y la ausencia de tecnología como la que proporcionan los mayoristas con el medicamento en todo lo que se refiere a los procesos de generar pedidos, recepción, almacenaje y administración.»

Por ello, José Ibáñez está siempre abierto a cualquier solución que automatice procesos para ahorrar tiempo y espacio, que en una farmacia de estas características son bienes muy apreciados.

No cree en una amplia cartera de servicios en las farmacias y muy poco en servicios que compitan con los que el SNS puede proporcionar sin pagar por ellos. «Hemos realizado un largo proceso de aprendizaje desde 1996 con la introducción de la atención farmacéutica, y he llegado a la conclusión de que los servicios más aceptados y por los que el cliente está dispuesto a pagar están ligados a temas como la nutrición, la belleza, o a servicios que le permitan ahorrar gestiones y tiempo respecto

Los farmacéuticos del equipo realizan también cada cierto tiempo posgrados o másteres en la universidad. «Ahora mismo hay una farmacéutica que está acabando nutrición; otra que ha hecho un máster en dermofarmacia y otra que ha cursado uno de atención farmacéutica.»

Una farmacia de gran volumen no puede especializarse en algún tema en concreto. «Si fuera más pequeña –aclara– no dudaría en la especialización, pero dado el tamaño



de realizarlos en otros sitios.» No cree que los farmacéuticos tengan aún la clave para encontrar un sistema que aporte viabilidad económica a la oferta de servicios profesionales.

La farmacia dispone del «aula de salud desmontable», donde realiza sesiones de formación e información; algunas son de clientes y otras son de pacientes, según sean del área de medicamento o de parafarmacia.

Participa en campañas continuamente y organiza caminatas por la montaña o por la playa, en las que se han llegado a apuntar más de cien clientes.

### Un equipo formado y especializado

Dispone de un equipo de 21 personas. Seis son farmacéuticos, uno es técnico de laboratorio, que se dedica a hacer las fórmulas, en el área de parafarmacia hay cuatro personas, y además hay tres cajeras, dos personas en recepción de mercancías, dos en administración y el resto son técnicos. «En los turnos horarios más habituales la farmacia dispone de una plantilla de trece personas», precisa.

Una farmacéutica integrante del equipo de la farmacia tiene la responsabilidad de la formación, y conjuntamente con la responsable de recursos humanos analizan la solución formativa más adecuada para cada persona. «La formación en producto recae básicamente en los laboratorios y la referente a temas de salud en entidades como los colegios de farmacéuticos o en la SEFAC», explica Ibáñez.

“El reto de los farmacéuticos comunitarios será continuar existiendo mucho más desligados del producto y más ligados a los servicios»

de la farmacia me cuesta. Hemos renunciado a la ortopedia y a la óptica, pero en cambio no hemos renunciado a la formulación.» El personal sí que está muy especializado en un campo en concreto. «Los farmacéuticos que trabajan aquí a veces sienten que no tienen una visión más general como la que podrían tener en otra farmacia más pequeña. La especialización es tal que el que está en dermofarmacia no sabe nada de medicamentos, y viceversa». Lograr una mayor polivalencia es un reto en estos momentos.

### Internet y farmacia

Aunque José Ibáñez es un farmacéutico innovador, no tiene muy claro que el mundo de Internet sea propicio para las farmacias: «Internet –dice– es un mercado de precio, y si quieres estar en un mercado de precio tienes que ser *low cost*. No tenemos ni el personal ni el régimen fiscal adecuados».

«El mercado de Internet –prosigue– estará en manos de cinco, seis o como mucho diez empresas. Sólo es posible plantearse competir con especialización, lo que es realmente difícil.» Sus opiniones en este aspecto son contundentes: «En mi opinión es tirar el dinero, porque no puedes competir ni de broma».

Ve el futuro de su farmacia, a medio plazo, en el que la parafarmacia perderá peso por la irrupción imparable de Internet y de los grandes grupos; por lo tanto, seguirá muy centrada en el medicamento. «La farmacia de gran facturación –aclara– está muy penalizada en márgenes, lo que la ha inclinado mucho hacia la parafarmacia, pero no tengo muy claro que a medio plazo ésta pueda crecer.» En el campo del medicamento espera cambios regulatorios, pero es optimista: «Confío en la capacidad de adaptación del sector».

### Futuro de la farmacia

Su pronóstico para la farmacia del futuro pasa por un cambio en el modelo retributivo en el que se pague por el conocimiento y menos por el producto, y cree que las farmacias deberían ser multidisciplinares, más grandes, con personal especializado.

El otro gran reto de la farmacia es cómo le afectarán los cambios en la logística de entrega del producto. «La capi-

laridad siempre ha sido un puntal del sector, pero lo cierto es que la sociedad va acostumbrándose a que los productos estén en su casa cuando los necesita. Lo estamos viendo con claridad en los hospitales.» «Nuestro reto –precisa– será continuar existiendo mucho más desligados del producto y más ligados a los servicios.»

Tiene muy claro que para afrontar el futuro la farmacia debe alinearse con las tendencias dominantes. «Es un error –afirma– esperar que el mundo se adapte a nosotros.»

La farmacia Ibáñez es un gran trasatlántico que requiere un capitán experimentado, porque aunque pueda parecer invulnerable debe afrontar la travesía en un mar en crecido que le va a deparar muchas sorpresas. Como a todos. ●

### Ibáñez Farmacia

Rbla. Pompeu Fabra, 142

08850 - Gavà (Barcelona)

Tel.: 936 621 232

[contigo@ibanezfarmacia.com](mailto:contigo@ibanezfarmacia.com)

[www.ibanezfarmacia.com](http://www.ibanezfarmacia.com)