

“Cada día tenemos que diversificarnos más, dar más servicios al paciente para diferenciarnos”



LA FARMACIA MARTÍNEZ DE LUCO, EN BILBAO, ES UN PEQUEÑO NEGOCIO FAMILIAR QUE PASÓ DE MADRE A HIJAS; Y ELLAS SUPIERON APROVECHAR LA TRANSFORMACIÓN DEL BARRIO Y LOS ESCASOS METROS DE LOS QUE DISPONÍAN PARA APOSTAR POR LA RENOVACIÓN Y LA FARMACIA ASISTENCIAL.

La farmacia está situada en el barrio de Basurto, una zona en transformación. Hasta hace pocos años pasaba por delante de la botica el viaducto de entrada a la ciudad, que la aislaba del centro, por lo que era una farmacia de barrio con unos pacientes muy fieles que conocen a las farmacéuticas desde niñas. Así nos lo cuenta **María Martínez de Luco**, quien regenta el establecimiento junto a su hermana **Estibaliz** desde hace dos años. *“Con los cambios circulatorios, hemos cambiado una calle oscura por una avenida ancha y luminosa por la que pasea mucha gente, con mayor visibilidad. Al*



Equipo Farmacia Martínez de Luco



Diseño, proyecto y obra: Enrique Polo Estudio.
Equipamiento: Equipanorte.
Fotografía: Iker Basterretxea "Roke"

cambiar la calle, la farmacia también nos pedía un cambio: necesitábamos que se nos viera más porque algunos de los que pasean por la zona ni siquiera sabían que existíamos”.

Todo este proceso de transformación de la farmacia comenzó aproximadamente hace un año y medio. Con los cambios que estaban produciéndose en la zona, se propusieron en serio darle un cambio radical a la farmacia, y no demorarse demasiado. La suya era una farmacia de las de antes: muy cuidada, pero con un despacho al público pequeño y una gran rebotica. La puerta de acceso era un poco estrecha, por lo que había dificultades de accesibilidad para diferentes grupos de población, como discapacitados o determinados carritos de bebé.

Objetivos claros

En este punto, las farmacéuticas tuvieron claras cuáles debían ser las prioridades, *“nuestras necesidades básicas a la hora de hacer la reforma eran mejorar la accesibilidad, la visibilidad y aumentar la zona de atención al público, sin que ello disminuyera nuestra comodidad a la hora de trabajar”.* Las hermanas querían también que se reflejara en el proyecto de reforma la historia de su farmacia, desde que se fundó hacía más de 50 años. Para ello querían exponer principios activos de los inicios de la farmacia, alguna balanza, envases antiguos de medicamentos, albarellos y hasta parte de la forja de la antigua fachada, para lo que se crearon espacios específicos.

Una vez definido el proyecto, les hicieron varias propuestas y al final se decidieron por el proyecto del estudio de Enrique Polo en colaboración con Equipanorte, una decisión acerca de la que la farmacéutica se muestra más que satisfecha. *“Me los recomendó*

una amiga de la universidad, y creo que acertamos de pleno. Los motivos de la elección fueron principalmente su proyecto conjunto y su profesionalidad contrastada. Todas las referencias que teníamos de su trabajo eran excelentes, y estamos muy de acuerdo con ellas, dado que el resultado ha sido muy satisfactorio, el proyecto que nos presentaron superó nuestras expectativas. Queríamos hacerlo en verano pero no tenían fechas libres, así que lo hicimos en septiembre, y conseguimos hacer toda la reforma cerrando únicamente 2 semanas”.

El resultado de la reforma es, a juicio de la farmacéutica, una farmacia acogedora y familiar, y esa calidez la han conseguido reflejar gracias al uso de la madera como material noble.





“NUESTRAS NECESIDADES ERAN MEJORAR LA ACCESIBILIDAD, LA VISIBILIDAD Y AUMENTAR LA ZONA DE ATENCIÓN AL PÚBLICO”

En la Farmacia Martínez de Luco defienden que el medicamento es el rey de la farmacia, como debe ser, pero también dan cabida y potencian otros segmentos que ahora salen beneficiados en la nueva farmacia, *“al haber ganado espacio de exposición le hemos dado más fuerza a la dermofarmacia. Todo el equipo estamos muy bien formados en esta línea,*

Nuevos segmentos

Además de la renovación física, que le dio un aire nuevo a la farmacia, las farmacéuticas también se decidieron a dar un impulso aún mayor a la faceta asistencial, siendo conscientes de que *“cada día tenemos que diversificarnos más, dar más servicios al paciente para diferenciarnos y que nos elijan”*.

Su cartera de servicios es amplia, e incluye la dispensación, atención farmacéutica, seguimiento farmacoterapéutico, formulación magistral, elaboración de SPDs, mejora de uso de la medicación en personas atendidas por los servicios de ayuda domiciliaria, toma y control de tensión arterial, tratamiento supervisado con metadona, homeopatía, fitoterapia, recomendaciones dietéticas y de dermocosmética, gestión de residuos de medicamentos (SIGRE)... Además, entre sus proyectos a corto plazo está el incluir en su cartera de servicios la determinación de valores como glucosa, colesterol, etc.





gracias a los cursos de formación continuada que realizamos. Somos unas enamoradas de la dermofarmacia, así que le intentamos dar toda la importancia que se merece, aconsejando con mimo y conocimiento. El espacio es nuestro gran hándicap así que lamentablemente no podemos tener un mostrador exclusivo para ello”, explica la farmacéutica. Además, recientemente han introducido una línea nueva de productos deportivos, gracias al cambio que está experimentando el barrio.

Apuesta de valor

Preguntada sobre la gratuidad o no de los servicios que se ofrecen desde la farmacia, Martínez de Luco manifiesta que, *“la farmacia comunitaria es un servicio sanitario muy próximo al paciente. En muchas ocasiones, somos el primer profesional sanitario al que acuden en busca de consejo porque confían en nosotras. Somos, por así decirlo, el primer filtro: en ocasiones podemos atender las necesidades del paciente y solucionar su problema de salud y en otras derivamos al médico. Cuando pasan por la farmacia después de visitar a su médico nos aseguramos de que han entendido el tratamiento, de cómo y cuándo tienen*

que tomar los medicamentos prescritos, etc. Gracias a este asesoramiento gratuito creo que somos un colectivo muy bien valorado por la población. La no gratuidad de ello sólo implicaría un distanciamiento y falta de confianza entre farmacéutico y paciente, algo que es indispensable para nosotras”. A pesar de este pacto de confianza, también considera que hay otros servicios que en su opinión no deben de ser gratuitos. “Lo gratis se devalúa, no se le da la importancia que merece. Un ejemplo de servicios que deben ser remunerados son los SPDs, los análisis de colesterol, etc.”. +

“SOMOS UNAS ENAMORADAS DE LA DERMOFARMACIA, ASÍ QUE LE INTENTAMOS DAR TODA LA IMPORTANCIA QUE SE MERECE, ACONSEJANDO CON MIMO Y CONOCIMIENTO”

