

# A pie de calle

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO EL PAPEL DEL FARMACÉUTICO? ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA FARMACIA COMO ESPACIO DE SALUD? A PIE DE CALLE, EN CONTACTO DIRECTO CON LOS PROFESIONALES DEL SECTOR, BUSCAMOS RESPUESTAS A ÉSTAS Y OTRAS PREGUNTAS CLAVE.

## Íngrid Jaime (Barcelona)

Desde siempre quería ser boticaria, la vocación de servicio público y de entrega a los demás era su verdadera pasión. Y así ocurrió cuando en 2009 abrió su propia farmacia. *“Después de realizar dos másteres, uno en dietética y nutrición humana y otro en cosmética y dermofarmacia, apliqué el conocimiento adquirido a mi labor diaria en la farmacia; hoy en día somos especialistas en estas categorías”.*

Íngrid tenía muy claro que su futuro era mejorar la vida de los demás, y eso es precisamente lo que guía su día a día. *“La confianza y el agradecimiento de los pacientes me satisface mucho a nivel personal y profesional. Además es una profesión donde siempre aprendes cosas nuevas, es muy enriquecedora”.*

Su farmacia se sitúa en Tona, un área básica de salud semiurbana de Barcelona. *“Tenemos un perfil de cliente muy familiar, conocemos al 80% de la gente que acude a nuestra farmacia, lo que nos permite saber sus problemáticas”.* Desde que abrió hace 10 años el perfil del cliente ha cambiado. *“Al principio acudía gente joven –quizás por la arquitectura moderna de la farmacia–, aunque con los años nos hemos ido ganando la confianza de diferentes perfiles”.* Un futuro prometedor, el de la farmacia, que aporta riqueza y estabilidad al sistema de salud, pero que, sin embargo, tiene que hacer frente a diferentes problemas. *“Actualmente la botica se encuentra en una situación difícil. La población empieza a ser consciente del desabastecimiento de muchos medicamentos”.* La bajada de precios de los fármacos no ayuda. *“Puede plantear dos situaciones: o vender a otros países donde pagan más dinero, o que por el bajo precio se concentra la fabricación de un principio activo en una sola planta a nivel mundial y cuando esta falla, ya no hay producto. Pero la última pieza del engranaje*

*es la farmacia, y el perjudicado principal es el paciente... Es una situación preocupante que irá a más”.*

También los impagos han sido un gran obstáculo. *“Cuando se implantaron en Catalunya hacía muy poco que yo había abierto la farmacia, y fue una época muy dura. Era difícil de entender que nuestro dinero sirviera para financiar un país en crisis...”. No obstante Íngrid es positiva: “Nos sirvió para aprender a optimizar las compras y buscar la excelencia en nuestro trabajo”.*

Y ante estas dificultades ¿qué puede hacer la farmacia? Modernizarse e invertir en tecnología y en avances científicos. *“La digitalización y la aparición de grandes plataformas está cambiando el panorama de la farmacia”, pero nunca a costa de perder su verdadera esencia:*

**“No podemos convertir las farmacias en supermercados compitiendo por precio, porque esto desprestigia el sector”**

*la proximidad, la confianza y la profesionalidad que deposita el cliente en la botica. “Hay que buscar soluciones como dar valor a servicios de promoción de la salud, participar en programas de detección precoz del cáncer de colon y recto u otros similares”.* Y también consolidar la remuneración de servicios que ayudan a la viabilidad del sector. *“Se tiene que ampliar la cartera de servicios para seguir trabajando como expertos en el medicamento ayudando al correcto cumplimiento y a la farmacovigilancia”.*

Claro está, no podemos caer en el error de *“convertir las farmacias en supermercados compitiendo por precio porque esto desprestigia el sector”*, asegura Íngrid, y concluye: *“Somos profesionales que podemos aportar un valor diferencial en muchos aspectos. Tenemos que hacer valer nuestros conocimientos”.*

Y lo dice desde la experiencia. En su farmacia en la ciudad condal apuestan decididamente por el equipo humano. *“Nos hemos especializado en productos de elevada calidad priorizando la formación de todo el personal. Así hemos conseguido un personal formado y preparado. Además, intentamos seguir las tendencias del mercado para introducir productos innovadores y exclusivos”.*

