

La farmacia que el barrio merece



JESÚS FERNANDO PÉREZ SÁNCHEZ-RODILLA, Y SU ESPOSA ESTEFANÍA HAN CONSTRUIDO UN ESPACIO DE SALUD VOLCADO EN LA ATENCIÓN HUMANÍSTICA AL PACIENTE.



La farmacia de Jesús es un lugar atípico, como atípicas son las personas que la comandan: el titular, **Jesús Fernando Pérez Sánchez-Rodilla**, y su esposa **Estefanía**. Atípica porque, al entrar en el establecimiento, es habitual escuchar las risas de los clientes, colarse en conversaciones en confianza y palpar un clima de buena vecindad que impregna el quehacer diario de esta pareja de farmacéuticos.

Está situada en el coruñés barrio de Os Mallos, en el número 10 de la calle Eugenio Carré Aldao. Un animado barrio populoso y obrero que define el carácter de la farmacia. Jesús proviene de una familia con una importante rama de personal sanitario, ya desde el año 1850. Varios parientes eran o son farmacéuticos, entre ellos; su abuelo y su padre. *"Cada uno, dedicado a una rama distinta dentro de la farmacia: investigación, farmacia hospitalaria, farmacia rural... y oficina de farmacia. Eso da un conocimiento más amplio de la profesión y de lo polifacética que puede ser"*, explica Jesús.

Su abuelo era propietario de una botica en Madrid, que después pasó a su padre y a él mismo. *"Allí tenía un problema personal de autorrealización, siempre iba a ser, el hijo o el nieto de..."*, recuerda. Entonces, decidió vender el establecimiento, mudarse a A Coruña y, en el año 2006 comprar la farmacia de la que hoy es titular. Entonces, estaba situada en el local colindante: 36 metros cuadrados en total, incluyendo baño, rebotica, zona de atención... *"Eso me obligó, durante 9 años, a optimizar recursos. Mi farmacia fue un eslabón más en la cadena productiva. Los índices*

de rotación eran de un 500, no tenía capacidad de almacenaje, por lo que casi hacía un 'just in time' para cada paciente", relata.

En el año 2015, Jesús y Estefanía decidieron hacer el traslado. Las propietarias del anterior inmueble no les daban opción de adquirirlo, y *"el alquiler era sangrante, lo que es un problema social dentro del colectivo farmacéutico"*. Una vez salvado esto, aumentada la seguridad jurídica a través de la compra del local, la nueva ubicación les permitió seguir haciendo lo que estaban haciendo *"pero con algo que le debíamos a la gente: unas instalaciones apropiadas, la farmacia que se merecía el barrio"*, detalla Jesús.

Luz y claridad

El inmueble que adquirieron era un antiguo taller de radiadores, por lo que enseguida se planteó la necesidad de hacer una reforma en profundidad, que fue encargada a la empresa Tecnyfarma. Estefanía, responsable de gran parte del éxito de este modelo de botica, sabía lo que quería y ambos trabajaron mano a mano con Tecnyfarma hasta conseguir plasmarlo. Incorporaron una cruz como elemento significativo en la parte delantera de la farmacia, que destaca el símbolo de la profesión. El interior destila luz y claridad, gracias a la elección del color blanco sanitario. Comunica transparencia y limpieza, y se configura como un espacio cómodo, en el que el cliente puede sentarse y descansar la vista sobre elementos decorativos que inducen al confort. *"Hemos querido transmitir el bienestar como máxima, que el sitio no genere estrés, sino orden y transparencia, que es algo que nos define a nosotros"*, resume el titular.



Estefanía y Jesús Fernando Pérez Sánchez-Rodilla



Uno de los puntos fuertes del establecimiento es su accesibilidad, facilitada por una entrada en rampa. Además, hay un mostrador de minusválidos, a la altura necesaria para una atención satisfactoria. También han solicitado una plaza de aparcamiento específica justo delante del local.

Ninguna decisión se ha tomado en vano ni a la ligera. En la Farmacia de Jesús, cada uno de los elementos tiene un motivo. Por ejemplo, en lugar de usar estantes a suelo, están enmarcados para dar protagonismo al producto, que está seleccionado. *“Existen aproximadamente unas 60.000 referencias en parafarmacia y 20.000 en medicamento, de los cuales hay unos 1.500 principios activos. Yo tengo una farmacia, no un almacén, por eso tengo que generar una selección, que son las 6.000 referencias que hemos decidido trabajar, con criterio”*, comenta Jesús. Otro detalle atípico está en la exposición de los precios, que no se muestran de forma individual, sino que, al igual que en el escaparate de una boutique, figuran en un listado conjunto. *“El precio no debe ser el que indique la toma de decisión del producto. Si es así, el farmacéutico no pinta nada. Si el producto me solapa, paso a ser prescindible. Y creo que debemos seguir ganándonos ese plus de personalidad y de valor añadido al producto”*, razona.

Un nombre elocuente

Hay otra cosa que llama la atención de la farmacia de Jesús, y es, precisamente, su nombre. La intención era que sirviese para romper la barrera del farmacéutico 'don'. *“Hemos querido ser accesibles y eso hace que estemos a gusto, y las personas lo captan”*. Además, remite a la idea de que Jesucristo fue el primer sanador, una idea desarrollada en países nórdicos como Alemania.

“HEMOS QUERIDO TRANSMITIR EL BIENESTAR COMO MÁXIMA, QUE EL SITIO GENERE ESTRÉS ORDEN Y TRANSPARENCIA, QUE ES ALGO QUE NOS DEFINE A NOSOTROS”

Todos estos aspectos colaboran en el resultado final. Jesús y Estefanía han querido que la farmacia sea un punto de salud del barrio, porque las circunstancias de la receta electrónica y los cambios en la afluencia de gente hacían necesario generar un espacio de confort. *“Si nos limitados a ser máquinas expendedoras, despersonalizamos y deshumanizamos la profesión, y disminuiría la adherencia al tratamiento por parte del paciente. Por lo tanto, nuestra labor tiene una faceta psicológica de refuerzo. La faceta humanística del farmacéutico y del centro sanitario en que nos estamos convirtiendo tiene que tener una impronta social: aumentar la confianza, hacer que el paciente aumente la confianza en sí mismo”*, reflexiona el titular.

Esto significa una huida declarada del modelo de farmacia supermercado. Se trata de elevar el concepto del medicamento y darle un valor añadido, indagando si la información que tiene el paciente es la adecuada. *“La gente viene por necesidad, no por capricho, y no nos podemos aprovechar de esa circunstancia: si a mí no me importa ese paciente cliente como persona, olvídate de la profesión. Pasaremos a ser un bazar chino”*, opina el farmacéutico, que defiende el papel, res-

el farmacéutico

ponsable y profundo, de la profesión como guía del paciente.

Este papel conduce a resultados. Cuando ha habido un recorte en el presupuesto nacional para gasto farmacéutico, un momento en el que otras farmacias registraron una caída del 40 por ciento, la Farmacia de Jesús ha mantenido su crecimiento del 10 por ciento anual. Los datos que maneja el propietario indican que el 78 por ciento de las ventas mensuales son con receta, y solamente el 22 por ciento se corresponde a venta libre. El ticket medio se sitúa en 13,50 euros. La tasa de crecimiento en parafarmacia es de casi un 20 por ciento, y en cuanto al medicamento, se sitúan en un 60 % por encima respecto a número de recetas dispensadas en el barrio. *“Son los pacientes quienes eligen que yo sea su farmacéutico, lo cual es muy gratificante. El hecho de ver a una persona casi todos los días da pie a ver detalles, cambios en la salud, pero para eso tiene que haber el concepto de humanización, no de supermercado. Por eso yo compré una farmacia, no una parafarmacia”*, declara.

Cambios en el barrio

La de Jesús es una farmacia de barrio, con clientes de siempre, en la que el día a día de la atención está en proceso de cambio. Las circunstancias vienen condicionadas por las características del vecindario, personas que llegaron a la ciudad a partir de los años 50 desde los pueblos cercanos en busca de trabajo. Estos pobladores tienen hoy entre



“SI NOS LIMITADOS A SER MÁQUINAS EXPENDEDORAS, DESPERSONALIZAMOS Y DESHUMANIZAMOS LA PROFESIÓN”

65 y 75 años. *“Se trata de pacientes que iban al médico cada tres meses a recoger sus recetas en papel y yo los veía una vez cada tres meses, les dedicaba 15 minutos o media hora para ver toda su demanda de medicación y me hacía una imagen global”*, relata Jesús.

Cuando aparece la receta electrónica, el paciente acude a la farmacia a por el medicamento en días marcados. *“Eso implica que yo, al cabo del mes, lo vea un total de diez veces, cinco minutos cada una. Y como el paciente ya no tiene que ir al centro médico a por las recetas, la farmacia se está convirtiendo en un centro de referencia. Se está perdiendo contacto con el médico y esto está obligándonos a adquirir protagonismo”*, opina el propietario. Además, antes la cadencia de entrada en la farmacia la dictaban las citas del médico, pero ahora hay una hora punta de gran afluencia de clientes y horas valle en las que la atención es más tranquila. *“Para planificar y optimizar los recursos, tendría que emplear un sistema de citas, pero no puede hacerse, porque sería coaccionar al individuo y además no tenemos autorización estatal”*.

En este nuevo modelo, la empatía con el paciente, el ponerse en su pellejo, es esencial. *“Tenemos que ser esperanzadores desde el punto científico, con rigor, animando a que hagan determinadas preguntas a su médico. Es vital que el factor económico no haya sido determinante para la toma de mis decisiones.*

Yo no antepongo nunca el valor económico al sanitario”, afirma con rotundidad. Se trata de un trabajo constante, de fondo, que se apoya en una intención también didáctica. Jesús apuesta por elevar el grado intelectual de la gente, transmitiéndoles conocimiento y que sepan con criterio lo que están haciendo. *“Somos unos comunicadores que intentamos facilitar y poner en el camino adecuado al paciente para que él tenga capacidad de toma de decisión, y que no sea delegada”*, afirma. +

