

MARTÍN RAMÍREZ DE DIEGO, COTITULAR DE LA FARMACIA RAMÍREZ DE DIEGO

# “DEBEMOS PONERNOS LAS PILAS Y ENTENDER QUE NUESTRO MERCADO ES MÁS GLOBAL”



Martín y Covadonga forman parte de la tercera generación de farmacéuticos en San Juan de La Arena (Asturias) y actualmente son cotitulares de la Farmacia Ramírez de Diego. Formulaciones magistrales, múltiples servicios, cosmética personalizada... son algunos de los puntos fuertes de esta botica

A pesar de que la vocación de Martín era la veterinaria, él y su hermana Covadonga decidieron continuar con el negocio cuando su padre se jubiló. “A veces la vida es la que te pone en el camino correcto”, reconoce. Y sigue su relato: “En el momento que empecé la carrera me di cuenta de que hubiera sido un terrible veterinario. Farmacia era algo que siempre estaba ahí y supongo que quería probar otras alternativas, pero realmente yo había nacido para boticario. En cuanto empecé la carrera, todo fue rodado. Me organicé como nunca lo había hecho”.

Se trata de una farmacia rural, pero los hermanos no cesan en su esfuerzo por innovar e ir un paso por delante para adelantarse a las necesidades de sus usuarios. “Queremos que la población de San Juan de la Arena tenga el mismo

acceso a la prestación farmacéutica que en grandes ciudades”, apunta el cotitular.

## ESPACIO DE REFERENCIA EN LA FORMULACIÓN MAGISTRAL

El perfil de usuarios ha cambiado en estos 100 años de existencia. San Juan de la Arena era tradicionalmente un pueblo que vivía de la pesca y ahora, aunque mantiene la actividad pesquera se ha convertido en un destino turístico para amantes del mar, de la tranquilidad o de los deportes acuáticos. Y, además de que la farmacia ha ido adaptándose a las necesidades de estos nuevos usuarios, también hacen un esfuerzo considerable en mantener la esencia de la antigua botica con el laboratorio de fórmulas magistrales, con el que se han convertido en un espacio de referencia en este ámbito.

## “El laboratorio de formulaciones no pretende competir con la industria, sino cubrir huecos a los que no llega”

“Empezó siendo un espacio de cinco metros cuadrados, pero ha ido adquiriendo importancia dentro de la farmacia hasta triplicar el espacio. Con ello, podemos abastecer a más de 50 farmacias asturianas en la elaboración de medicamentos individualizados”, nos cuenta Martín. En 2019 trasladaron la farmacia y pusieron el laboratorio a la vista del público, lo que denominan ‘open compounding’. “Es un espacio para elaborar fórmulas magistrales en directo y a la vista de los pacientes que acuden a la farmacia”, indica.

“Esto nos permite dar a conocer este aspecto de la profesión que muchos creían ya muerto y sepultado y tiene amplias posibilidades, ya que permite llegar donde la industria farmacéutica no puede llegar. No pretendemos competir con la industria, sino tratar de cubrir los huecos donde no llega: tratamientos personalizados, caducidades cortas”, asegura.

También elaboran cosméticos personalizados. Lo más habitual son cremas o lociones para vía tópica en personas con problemas extremos de alergias, “personas que son intolerantes a casi todo y buscan productos con el menor número de excipientes posibles”, nos cuenta el boticario, quien admite que lo que más se pide es que no tengan conservantes o el hialurónico que no sea de origen vegetal. “Me sorprendió la demanda, pero es que me costó mucho encontrar un proveedor que tuviese hialurónico vegetal, ¡lo habitual es que sea de origen animal!”, exclama. Si bien en general la demanda es pequeña, admite, “más que nada por su desconocimiento”, tampoco la legislación les permite hacer un uso intensivo de ello “y las trabas legales son muchas a veces para un solo cosmético para una sola persona”, cuenta.

### LAS NECESIDADES DEL PACIENTE, EJE CENTRAL

“No somos un portal de ventas con un catálogo de productos. Al contrario, nosotros nos basamos en el problema que pueda tener el paciente y tratamos de ofrecerle los remedios o soluciones

que, conforme a nuestra experiencia son los adecuados para solventarlo, evitando complicaciones o retrasos innecesarios”, apunta Martín.

Uno de los ejemplos es su especialización en oncodermatología, para ofrecer un acompañamiento al paciente, y procurar minimizar los cambios que sufre la piel durante este tipo de tratamientos, con el fin de que utilice los productos necesarios y adecuados y, a la vez, asesorarle sobre aquellos que puedan serle perjudiciales o generarle complicaciones. “Por ello en la web hemos creado un espacio con productos de seleccionados, testados y recomendados para el cuidado de la piel en pacientes en tratamiento oncológico”, concreta. Al ser San Juan de la Arena un destino turístico de sol y playa, el cuidado de la piel, sobre todo en verano, ocupa el espacio principal de la farmacia. “Sensibilizamos a la población de que el sol es más que algo estético”, apostilla.

### LOS CLIENTES, LOS DE TODA LA VIDA

El perfil de clientes que acuden a este establecimiento son habitantes de la localidad y alrededores. La mayoría son usuarios de toda la vida a los que consideran ya como parte de su familia. “Nos hacen partícipes de sus preocupaciones y si hacemos algo que no es como lo esperaban, no tienen ningún reparo en decírnoslo a la cara. Mu-



chos de ellos nos conocen desde niños. Suelen confiar mucho en nosotros y, en general, a pesar de tener edad avanzada, tienen una mentalidad muy abierta y les gusta probar cosas nuevas”, asegura Martín.

El incremento del turismo y el desarrollo de la receta electrónica han creado un nuevo perfil: el cliente online, que, gracias a las redes socia-



**La Farmacia Ramírez de Diego destaca también por su especialización en oncodermatología, ofreciendo apoyo y asesoramiento al paciente**

## “Con la pandemia se ha visto cómo la farmacia podría llevar a cabo más funciones asistenciales. Ahora se deberían valorar nuevos roles a la farmacia”



les, “está despuntando de manera vertiginosa”. De hecho, el boticario nos confiesa su sorpresa al ver cómo desde Cartagena o Sevilla se interesen por la farmacia de La Arena. Para adaptarse a esta nueva realidad, los farmacéuticos utilizan dos herramientas: la formación continuada y adelantarse a las necesidades de los pacientes. “Saber cuáles son las tendencias del mercado, las innovaciones que existen tanto en principios activos como métodos de elaboración para crear una farmacia vanguardista, innovadora y abierta”, puntualiza.

### EL CONSEJO FARMACÉUTICO, ESENCIAL

Las necesidades y los hábitos de consumo han cambiado sobre todo desde la pandemia, y aunque el paciente valora el consejo farmacéutico, también investiga por su cuenta en redes sociales. “A veces tienes que convencerle de que lo que ha dicho el influencer no es lo mejor para su salud. Otras veces, por el contrario, es el paciente el que te hace a ti investigar”, reconoce. También se ha disparado la venta online. “Con las nuevas tecnologías, la farmacia va más allá de un servicio de proximidad. Debemos ponernos las pilas y entender que nuestro mercado ha cambiado y es más global”, indica.

Para estos farmacéuticos, la mejor herramienta para fidelizar a alguien es que se identifique con ellos, con sus valores, y con su manera de ver la vida. “Mostrar siempre coherencia a la hora de actuar y sobre todo que el paciente sienta que es el centro de todas nuestras acciones. Cuando un paciente acude a la farmacia es porque tiene un problema. Más o menos grave, pero un problema. Nosotros estamos en primera línea y, generalmente, somos al primero que acude para intentar resolverlo”, apunta.

### LOS SERVICIOS MÁS DEMANDADOS

La farmacia Ramírez de Diego está acreditada por el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Asturias para la prestación de servicios profesionales. Entre sus prestaciones destacan: el Servicio Personalizado de Dosificación (SPD); Servicio control, seguimiento y apoyo de pacientes en tratamiento con opiáceos; deshabituación tabáquica; colocación de pendientes; estudio capilar; control del paciente diabético; control del riesgo cardiovascular; seguimiento y apoyo al paciente oncológico y las fórmulas magistrales y a terceros.

El servicio del que se sienten más orgullosos es el del Programa de Mantenimiento con Metadona, un proyecto que combina la formulación magistral. “Percibes de una manera

muy clara cómo se beneficia el paciente, los casos que hemos tenido han terminado en rotundo éxito. Ver cómo una persona supera su adicción, no tiene precio”, admite. Otro de los servicios que tuvo mucho éxito durante el confinamiento fue la revisión de botiquines domésticos, ya que mucha gente hizo limpieza. “Con la pandemia se ha visto cómo la farmacia podría llevar a cabo más funciones asistenciales. Sería necesario, ahora que la situación es más favorable, se sentaran a dialogar, representantes de todas los agentes implicados y valoraran incorporar nuevos roles a la farmacia”, explica.

### LOS RETOS DEL SECTOR FARMACÉUTICO

Las continuas normativas de bajadas de precio de los medicamentos suponen todo un reto al sector. “Hacen muchísimo daño. Ya no solo cuando se producen, que es muy importante, sino trabajar con esa inestabilidad, con esa espada de Damocles, afecta a todas las áreas de la farmacia”, lamenta Martín. En cuanto a los nuevos retos, lo tienen claro: “Enfrentarnos al mundo globalizado. Pasamos de ser la farmacia de un lugar de 1.500 habitantes censados a participar en mercados globalizados. Somos una farmacia pequeña, con dos farmacéuticos y dos auxiliares y nuestro éxito pasa por diferenciarnos y ofrecer servicios que sean considerados de valor por los usuarios. No queremos competir con plataformas de venta. Queremos ser la alternativa cuando el paciente necesite una ayuda profesional”, concluye.