

PlantaDoce.

ADN

José Ibáñez (Ibáñez Farmacia): “En los próximos años, cerca de 6.000 farmacias desaparecerán”

El director general de Ibáñez Farmacia considera que el número de boticas en el país es “excesivo” y que el sector debería valorar “cómo debe ser la farmacia ideal”.

Albert Cadanet
13 jun 2019 - 04:58



José Ibáñez es el actual director general de Ibáñez farmacia, un grupo con sede en Gavà (Barcelona) y que cuenta con dos portales de venta online. El directivo, licenciado en Farmacia por la Universidad de Barcelona y MBA por Esade, lleva vinculado a la compañía desde 1988. Para Ibáñez, el futuro de las farmacias pasa por “separar el negocio comercial del negocio profesional”.

Pregunta: ¿Cómo de importante es el canal online para una farmacia?

Respuesta: Llevamos muchos años sin crecer en nuestro canal natural, que es la venta de medicamentos. Cuando se produce esta situación, las farmacias acuden al área de

1 / 3

<https://www.plantadoce.com/adn/jose-ibanez-ibanez-farmacia-en-los-proximos-anos-cerca-de-6000-farmacias-desapareceran>

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

PlantaDoce.

prevención y cuidado personal, que tiene unos precios que no están intervenidos por el Estado. En este entorno, hay una competencia muy agresiva a nivel de precios, y es aquí donde aparece Internet. De hecho, existen farmacias capaces de prescindir de su margen para conseguir tráfico.

P.: ¿Y cuál es la importancia del canal físico?

R.: Es vital. Hay farmacias que sólo están en el mercado online pero con rentabilidades muy bajas o incluso negativas. El físico es el canal propio de la farmacia y el que ofrece más comodidad. Nosotros dominamos la atención al cliente, y debemos ser capaces de transmitir este mensaje.

P.: La legislación actual no permite la comercialización de todos los medicamentos a través de Internet. ¿Es demasiado restrictiva?

R.: Creo que las restricciones son las correctas. A día de hoy, el consumo de medicamentos es excesivo. Si este consumo puede controlarse desde el canal físico, la situación es más fácil de reconducir.

“Hay farmacias que sólo están en el mercado online pero con rentabilidades muy bajas o incluso negativas”

P.: El área de *consumer health* está ganando peso a la venta de medicamentos clásicos. ¿Está cambiando el modelo de negocio de las farmacias?

R.: El modelo de negocio tiende a ser cada vez más tradicional. Las farmacias han vuelto a poner el foco en la recomendación de productos. Debemos poner en valor los consejos de los profesionales.

P.: ¿Todas las farmacias deberían disponer de página web?

R.: Creo que no. Nosotros hemos entrado en el mercado online, pero somos conscientes que ello implica realizar una fuerte inversión. Existen muchos casos de farmacias online que son deficitarias.

P.: Amazon y Alibaba son dos de los gigantes del comercio online. ¿El futuro de la farmacia también acabará en estos portales?

R.: Confío que podremos dar un punto diferencial. Siempre habrá alguna área en la que ellos no estén interesados en competir y nosotros no podemos jugar a su mismo nivel. Nuestro factor diferencial siempre va a ser el conocimiento y el servicio al cliente. Al fin y al cabo, nosotros analizamos los productos, les damos prestigio y estas empresas ponen su red. Nosotros hacemos la pesca con anzuelo.

“El medicamento se concibe como un gasto y no

PlantaDoce.

una inversión; bajo esta premisa, la Administración tiene a reducir los márgenes”

P.: En España hay cerca de 22.000 farmacias. ¿Es un número excesivo?

R.: Absolutamente. Las autonomías ven en las farmacias una oportunidad para generar empleo en el sector. Aun así, deberíamos valorar cómo debe ser la farmacia ideal (qué productos debe ofrecer, su ubicación o su superficie). En Francia, por ejemplo, también hay cerca de 22.000 farmacias, pero la población es mucho mayor que en España. Tenemos que replantarnos como deberían ser las farmacias, y se está avanzando poco en este campo.

P.: ¿Cuántas farmacias debería haber?

R.: Si todo sigue igual, cerca de 6.000 farmacias acabarán cayendo por su propio peso en los próximos años, aunque algunos expertos señalan que podrían ser 10.000. Con todo, es un tema que debería legislarse, porque existen muchas personas que se dedican a ello.

P.: La facturación de las farmacias durante los últimos años ha ido aumentando, pero no se han recuperado los niveles precrisis. ¿Se superará esta situación?

R.: No lo creo. Es cierto que estamos protegidos, pero, a la vez, fuertemente intervenidos. El medicamento se concibe como un gasto y no como una inversión en salud. Bajo esta premisa, la Administración tiende a reducir los márgenes.

P.: ¿Cuáles son los grandes retos del sector farmacia en España durante los próximos años?

R.: Como farmacéuticos, anhelamos que tenga más peso el servicio que el producto. Tradicionalmente hemos vivido del producto, pero como profesionales deberíamos percibir una cantidad únicamente para ofrecer nuestros servicios. Una de las soluciones de la viabilidad del negocio pasa por separar la parte comercial de la parte profesional.