

Una farmacia vanguardista y comercial, sin perder el carácter sanitario



Azucena Alonso Chao

EN LA FARMACIA CHAO, EN VITORIA-GASTEIZ, TRABAJAN CADA DÍA PARA OFRECER UN BUEN SERVICIO A LOS PACIENTES Y LES GUSTA QUE, AL SALIR POR SU PUERTA, LO HAGAN CON LA SEGURIDAD DE HABER RESUELTO SUS PROBLEMAS DE SALUD Y DE HABER RECIBIDO LA ATENCIÓN QUE MERECE. HAN APOSTADO POR EL SISTEMA EONBOX DE APOTHEKA PARA AUTOMATIZARSE. ADVIERTEN DE QUE LA FARMACIA ASISTENCIAL TIENE MÁS NECESIDAD QUE NUNCA DE CONSOLIDARSE.

Comenzó a trabajar como adjunta desde que terminó en la facultad y así estuvo durante 20 años, hasta que en 2018 pensó en emprender y abrir su propia farmacia. En 2019, consiguió una adjudicación para una nueva apertura en Vitoria-Gasteiz (Álava). **Azucena Alonso Chao** es la farmacéutica titular de la *Farmacia Chao*, situada en el número 4 de la Plaza Porticada de la mencionada localidad. Nos cuenta que el proceso tuvo que paralizarse por la situación de pandemia que hemos vivido y que, por fin, el 1 de junio de este 2021 pudo inaugurarla.

Para ella, lo más importante son las personas y adaptarse a sus necesidades. Ha transmitido esta misma filosofía a su equipo. *“Trabajamos cada día para ofrecer un buen servicio a los pacientes y nos gusta que, al salir por nuestra puerta, lo hagan con la seguridad de haber resuelto sus problemas de salud y de haber recibido la atención que merecen”*, dice.

De la mano de Apotheka

Tener la oportunidad de conocer a fondo el entorno demográfico y socioeconómico de las distintas zonas que barajó en su momento ha sido uno de los motivos que le animó a apostar por Apotheka como proveedor. Para la nueva apertura, Alonso Chao dudaba entre dos locales y en el Departamento de Marketing de Apotheka prepararon un estudio de mercado por geolocalización de cada uno. *“En él observamos que las cifras que arrojaba el estudio en el local por el que finalmente me decidí eran más favorecedoras que en el otro caso, y eso hizo que me decantara por el actual local”*, explica. Su ubicación, su tamaño, los hábitos de consumo de la población residente en la zona y su nivel de renta

fueron las principales variables que le empujaron a tomar la decisión. La distribución del espacio la trabajó **Diana Domingo**, delegada de su zona de Apotheka, teniendo en cuenta que se trata de un local muy amplio, con dos plantas y dos entradas. Su objetivo fue conseguir *“una farmacia vanguardista y comercial, sin perder el carácter sanitario”* que, desde su punto de vista, *“siempre debe tener una farmacia”*.

Buscaban una gran accesibilidad y que tanto Alonso Chao como los auxiliares tuvieran contacto en todo momento con el paciente; a través de la isla central y el mostrador junto a la isla. *“Consiguieron que pudiéramos atender al paciente en cualquier punto de la farmacia sin necesidad de que éste tuviera que llegar hasta el mostrador”*, comenta. Que pueda tocar y probar y que, por lo tanto, se trate de una farmacia en la que el paciente pueda vivir experiencias, era fundamental para ella.

Relata que, desde el primer contacto que tuvo con **Paula García**, de las oficinas centrales de Apotheka, *“las sensaciones fueron buenisimas”*, ya que se sintió escuchada y, desde el primer momento, tuvo la impresión de que el proyecto en su conjunto iba a ser *“personalizado”* en función de lo que ella necesitaba. Admite que fueron capaces de modificar su

**BUSCARON UNA GRAN
ACCESIBILIDAD Y QUE TANTO ALONSO
CHAO COMO LOS AUXILIARES
TUVIERAN CONTACTO EN TODO
MOMENTO CON EL PACIENTE**





112 metros cuadrados muy bien acondicionados en la planta superior para prestar servicios

Prácticamente acaban de abrir y en estos momentos se encuentran en una fase de análisis con **Alejandro Tellería**, de la consultora MK Pro, que está ayudando a Azucena Alonso Chao a definir el directorio final de servicios que van a desarrollar. No obstante, la titular de la Farmacia Chao nos adelanta que van a ofrecer formación, talleres, charlas, etcétera, y otros servicios como una sala de lactancia, evaluación de riesgo cardiovascular y asesoramiento nutricional. Para prestar todos estos servicios, disponen de "112 metros cuadrados muy bien acondicionados en la planta superior".



"AUTOMATIZAR O NO AUTOMATIZAR FUE UN DILEMA DESDE EL PRINCIPIO, PERO, CUANDO EVALÚAS LA MEJORA QUE CONLLEVA, SE DESPEJAN LAS DUDAS"

opinión "en base a muy buenos consejos basados en su experiencia como diseñadores y expertos en automatización".

Acto seguido, hablamos con Alonso Chao de automatización. ¿Qué ventajas supone para el día a día el sistema eOnbox de Apotheke? ¿Por qué se decidió a automatizar su farmacia con este sistema en concreto? "Automatizar o no automatizar fue un dilema desde el principio, pero, cuando evalúas la mejora que conlleva en el conjunto de procesos, especialmente en la carga y en la dispensación, se despejan las dudas", reflexiona. "Tuve ocasión de conocer los distintos sistemas que hay en el mercado, pero ninguno me ofrecía la confianza y las posibilidades de eOnbox", añade. Además, "la inversión es muy inferior a la que supone un robot convencional y, a la vez, la comodidad que se gana es prácticamente la misma".

Afirma que ha sido fácil adaptarse a eOnbox. "La formación que nos aportó Apotheke fue muy completa y ellos siempre están detrás", declara. Al tratarse de una nueva apertura, entiende que la adaptación, en su caso, no ha tenido ninguna complejidad, ya que han empezado a trabajar con eOnbox desde el primer momento.

Quiere agradecer a todo el equipo de Apotheke y, especialmente, a **Domingo** y a **Manuel Sopeña**, "su amable trato, la profesionalidad demostrada y la pasión con la que han trabajado todos", desde el primer día que los conoció hasta el de la inauguración de su farmacia.

Elementos de diferenciación

Por otro lado, le preguntamos por el momento en el que se encuentra la farmacia asistencial. "Con más necesidad que nunca de consolidarse", considera. Argumenta que "no hay más que comprobar el auge de las ventas online, ya no sólo en los espacios creados por las propias farmacias, sino también en plataformas como Amazon, para darse cuenta de que la atención farmacéutica y, por lo tanto, el mimo y el cariño a los pacientes, han sido y seguirán siendo los verdaderos elementos" que ayudan a los farmacéuticos comunitarios a diferenciarse del resto.

"Si tuviera que sacar algo positivo de todo lo vivido, es el cariño que nos ha demostrado la ciudadanía en general y que no hace otra cosa que reforzar nuestra función psicosocial y nuestra misión como farmacéuticos", remarca. Sobre cómo ha de ser la farmacia postpandémica, piensa que, en cuestión de un año aproximadamente, todo habrá vuelto a su sitio. Aclara que "las ventas de mascarillas ya se han reducido de forma muy notable". En su caso, al disponer de tanto espacio, la limitación de aforos no les afecta y su mix de ventas cada vez es más similar al período prepandémico. +

