

“Las crisis, todas, son una buena oportunidad para quien las sepa o pueda aprovechar”



ESTA FARMACIA MADRILEÑA SITUADA EN EL CENTRO COMERCIAL ALCALÁ MAGNA LLEVA CUATRO MESES DE ANDADURA. ACUDIERON A CONCEP• PARA CONVERTIRLA EN UNA FARMACIA MODERNA, ACORDE CON LOS NUEVOS TIEMPOS Y ALEJADA DEL MODELO ARCAICO DE FARMACIA DISPENSADORA. LO HAN CONSEGUIDO SOBRADAMENTE.

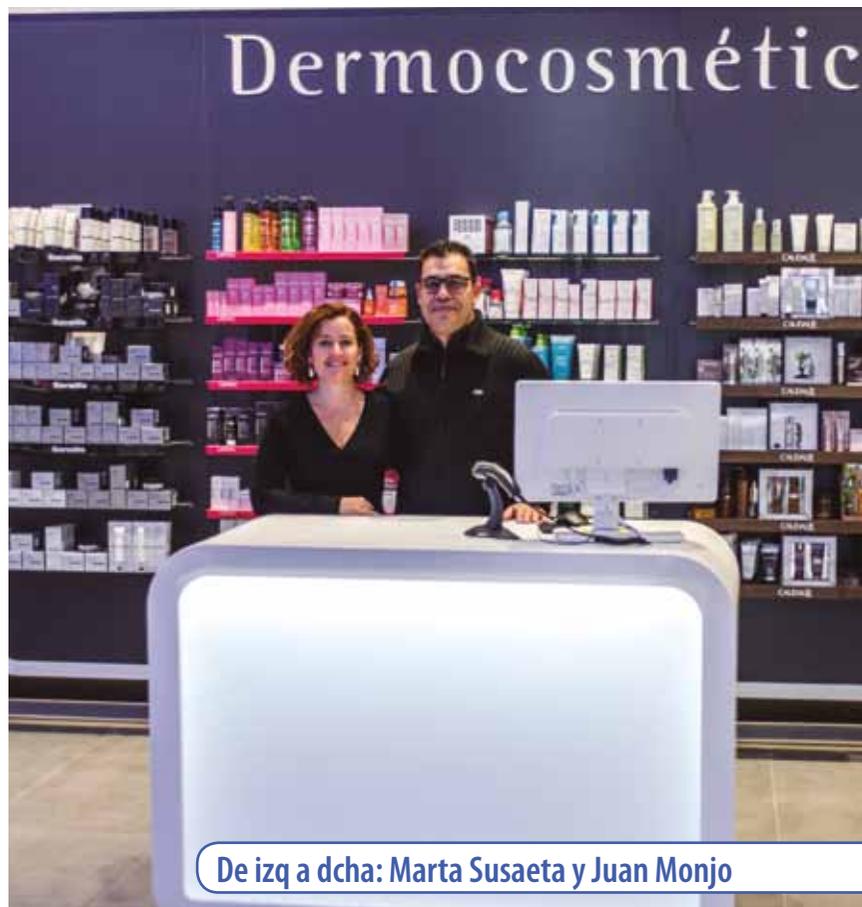
Aunque la vocación del farmacéutico titular, **Juan Monjo**, iba por otros derroteros (terminar sus estudios de doctorado en malaria después de realizar un máster en enfermedades tropicales y parasitología en la Facultad de Farmacia de Valencia), tuvo que comenzar a trabajar en la farmacia de su mujer al quedarse ella embarazada. Hoy en día, no duda en afirmar que *“ya que tuve que dejar mi vocación de la malaria, supongo que me compensa el poder ayudar a otras personas, aunque sea haciendo otras cosas”*.

En la Farmacia Alcalá Magna, además de los servicios clásicos como la toma de tensión o el pesado de bebés, cuentan con una diplomada en nutrición y dietética en plantilla que ofrece servicios nutricionales, además de consultas sobre problemas capilares, deshabituación tabáquica, riesgo cardiovascular, dermoconsejera y una moderna y popular óptica.

El valor de los servicios

La opinión de Monjo en cuanto al papel que desempeñan los servicios profesionales en la farmacia del siglo XXI está clara. *“Los servicios son un deber del farmacéutico como profesional sanitario para la correcta labor de la profesión. Sin ellos no se puede tener un concepto de salud global en el que se aborden de manera conjunta todos los problemas de los pacientes. Y claro que deberían ser remunerados; si no fuera así, se soslayaría la profesionalidad del farmacéutico, en este caso, y dejaría de dársele un valor que poseen de manera intrínseca. El futuro de la farmacia pasa por que el farmacéutico trabaje, trabaje, y trabaje”*.

Aunque solo lleva cuatro meses como titular de la farmacia, opina que quizás uno de los segmentos más novedosos que ha introducido es la venta de material de puericultura como carros de paseo y sillas de seguridad para los coches, un segmento que todavía no ha sido introducido en la gran mayoría de las farmacias, y sin embargo parece ser una extraordinaria oportunidad de negocio. *“Si unos padres van a comprar biberones a la farmacia, ¿por qué han de ir a otro sitio para comprar elementos tan importantes y saludables para su hijo como una cuna, un carrito o una hamaca?”*. La clientela que predomina en su farmacia son principalmente parejas jóvenes con niños, algo lógico si tenemos en cuenta que está ubicada



De izq a dcha: Marta Susaeta y Juan Monjo

en el interior de un centro comercial, por lo que este tipo de productos están en auge en su negocio. Tal y como nos confirma el farmacéutico, y aunque es todavía pronto para valorar una evolución, los productos que más se consumen son los de autocuidado y todo el universo del bebé, habiendo un interés cada vez mayor por las terapias naturales y también la homeopatía.



el farmacéutico

Por lo que se refiere al suministro de los productos, está asociado a Cofares, que les provee aproximadamente de un 30% del total, y se muestra satisfecho con el servicio recibido, aunque como en todos los casos, siempre se puede mejorar.

Concep•

Juan Monjo compró inicialmente una licencia de farmacia en un extremo de Alcalá de Henares, y finalmente acabaron trasladándose a la otra punta de la ciudad, a un local prácticamente bruto de unos 450 metros cuadrados en un centro comercial. De este modo, la razón de afrontar una reforma fue imprescindible, tal y como nos explica el farmacéutico, *“primero por necesidad, y luego para dar un aire fresco y de modernidad a la oficina de farmacia. Transmitir un concepto de salud global, queriéndome alejar lo más posible del modelo arcaico de farmacia como simple dispensadora de medicamentos. Creo que los objetivos han quedado más que cubiertos”*.

En cuanto a los motivos que le llevaron a elegir a Concep• para la reforma frente a sus competidores, Monjo lo tiene muy claro, *“el primero, sin duda, las experiencias aportadas por titulares de Farmacia que habían trabajado con Concep• y que pude ver en charlas a las que asistí; me impresionaron tanto que me dije que un día querría tener una farmacia como las suyas. Me abrió los ojos en muchos aspectos y se puede decir que cambió mi vida profesional y mi forma de ver las cosas. La segunda, el diseño. Soy un enamorado del diseño de Concep• desde que es Concep• y cayeron en mis manos las primeras revistas sobre farmacia que un simple empleado podía ojear; si alguna vez tenía una farmacia tenía que ser una “farmacia Concep•”. Y ahora he podido lograr mi sueño”*. En cuanto a la distribución del producto y la gestión por categorías de la nueva farmacia



tras la reforma, se dejó asesorar por los expertos de Concep•, aunque él tenía muy claro qué era lo que quería y cómo lo quería, de modo que coincidieron en muchas cosas, y en las que no, se dejó asesorar por los expertos.

Frente a los recortes

De acuerdo con su visión emprendedora, y con su iniciativa para transformar la farmacia en un centro de salud integral, un concepto acorde con la situación actual de la economía y del consumo en nuestro país, Monjo manifiesta que, en su opinión, *“las crisis, todas, son una buena oportunidad para quien las sepa, o pueda aprovechar”*.

De este mismo modo, y sin pelos en la lengua, nos explica cuál es su manera de afrontar y paliar los efectos de la crisis, y su opinión so-

“ME IMPRESIONARON TANTO QUE ME DIJE QUE UN DÍA QUERRÍA TENER UNA FARMACIA COMO LAS SUYAS”

bre la situación actual *“se afronta con ingenio y trabajando, trabajando mucho. Seamos sinceros, muchos de los farmacéuticos, acostumbrados a lo bien que funcionaban las farmacias antiguamente, se han dormido, llevando a la situación actual a la farmacia española. Afortunadamente ese concepto de farmacia como simple dispensadora de medicinas en las que el titular ni aparecía, y solo lo hacía para coger la recaudación está desapareciendo, aunque más por convencimiento propio que por necesidad”*.

Mirando hacia lo que depara el futuro próximo de la farmacia, Monjo vaticina que los recortes van a ir a más en el sector farmacéutico, o al menos eso es lo que parece, y por lo tanto es necesario cambiar la mentalidad y la actitud de muchos de los farmacéuticos que no se atreven a dar el siguiente paso. *“Creo que es momento de dejar de quejarse y empezar a trabajar, ya que hemos sido un sector muy privilegiado durante mucho tiempo. Trabajo, ingenio y diferenciación. Por ahí creo que van los tiros”*, afirma convencido. +

