

VICENTE SALORT, TITULAR DE FARMACIA SALORT (JÁVEA - ALICANTE)

“El objetivo de nuestra farmacia es que vengas a disfrutar de ella”

FARMACIA SALORT EN JÁVEA ESTÁ ABIERTA DESDE HACE 18 AÑOS. UN CAMBIO IMPORTANTE LO VIVIÓ HACE UNO, CUANDO PASÓ DE 110 METROS CUADRADOS A 310. ANTES DE LA REFORMA, ERA MÁS CLÁSICA. PARA ESTA AMPLIACIÓN DEL LOCAL, HAN APOSTADO POR APOTHEKA. OFRECEN EXPERIENCIAS PARA SUS PACIENTES QUE LES HACEN SER 'MUCHO MÁS QUE UNA FARMACIA TRADICIONAL'.



Viene de una familia de farmacéuticos. **Vicente Salort Llorca** lleva ya 18 años en la Farmacia Salort, en Jávea (Alicante). Ocho como titular y los diez anteriores como adjunto. Previamente, trabajó nueve años en la de su padre, en Callosa d'en Sarriá, un pueblo de Alicante. Su filosofía es la de "satisfacer las necesidades del paciente, intentando aportarle siempre algo más que una mera caja". Además, "siempre escuchar las necesidades, aconsejar y aportar esta diferenciación con un buen consejo". Dice que les gusta que sus pacientes sepan que "esta farmacia es un sitio en el que van a encontrar una solución a sus necesidades".

Hace un año, pasaron de 110 metros cuadrados a 310. Antes de esta ampliación, eran dos farmacéuticas adjuntas, tres técnicos auxiliares y el titular. Ahora, han contratado más gente y en los últimos meses lo siguen haciendo "porque el nivel de afluencia ha aumentado". Remarca que ésta es una farmacia que exige tener bastante personal gestionando. En estos momentos, son nueve personas, cuatro farmacéuticos y cinco auxiliares.

Su horario es de 9:00 a 20:00 horas de lunes a viernes y sábados de 9:00 a 14:00. En julio y agosto, trabajan de 9:00 a 21:00 de lunes a sábado y los domingos de 10:00 a 14:00. "En nuestra farmacia, hay afluencia todo el año, pero en verano se incrementa por el turismo y por eso ampliamos horario", informa.

Tras una buena experiencia

Para ampliar el local, han apostado por Apotheka. Le preguntamos por qué optó por esta empresa especializada. Cuenta que habló con un compañero, que es el que les puso en contacto, "porque había tenido una buena experiencia" y le recomendó Apotheka.

No obstante, reconoce que pidió tres presupuestos. "Finalmente, me decidí por Apotheka porque supieron plasmar muy bien lo que quería", señala. En concreto, **Alejo Lozal**, director creativo de Apotheka y arquitecto de interiores, fue la persona que desarrolló todo el proyecto con el equipo de Apotheka. "Lo que terminó de convencerme fue su cercanía y el hecho de ver que él iba en sintonía conmigo y que, la idea que yo le transmitía, él me la podía plasmar sobre papel. Él entendía lo que yo quería transmitir: que mi farmacia tuviera sus puntos diferenciadores y espacios amplios", manifiesta. Añade que, con su profesionalidad, supo plasmar lo que tenía en mente, aunque no lo podía materializar en un proyecto.

"El objetivo de nuestra farmacia es que vengas a disfrutar de ella, y que se convierta en un lugar donde puedas desconectar el tiempo que permanezcas allí, porque la farmacia se presta a ello", prosigue Salort Llorca. Aparte de que ahora tienen mucha exposición y más servicios, la ampliación les ha permitido ofrecer experiencias para sus pacientes que les hacen ser "mucho más que una farmacia tradicional".

Disponen de una zona infantil que tiene mucho surtido, una zona de juegos interior con una mesita para pintar y juegos didácticos. Hay, en el exterior, un pequeño parque cerrado que se llama Hi Park!, en línea con su identidad corporativa. Explica que hay niños que van directos a jugar; que entran y salen con sus familias sin necesidad de comprar en la farmacia. Siempre les invita a "que pasen y disfruten de la farmacia".

Por otro lado, tienen también una zona de lectura para que a quien le apetezca se sienta un rato y disfrute de la lectura. "Es una farmacia cómoda para que el cliente sienta la libertad de estar observando y paseando", afirma. Recuerda que muchas veces los pacientes van con las prisas dispuestos a llevarse su medicación y salir pitando. Si bien, "al entrar, ves cómo les cambia literalmente la cara y bajan pulsaciones. Es curioso ver cómo les cambia el ritmo. Entran con prisas y salen más relajados". Igualmente, tienen continuamente música relajante que ayuda a conseguir ese estado de calma.

Personalmente, entiende la salud como un cúmulo de muchas pequeñas cosas. Apuestan por poner su granito de arena para "bajar el nivel de cortisol de la sociedad".

Ésta es la inversión más grande que ha hecho nunca. "Es mi proyecto vital más importante y sé que va a ser para toda mi vida si las cosas no cambian", declara. "Tenía que estar seguro de todo. Pese a la magnitud, este proyecto me ha hecho darme cuenta de que lo mejor es rodearte de gente que domina la materia", sostiene. Prefiere estar encima de todo lo que hace, pero se dio cuenta de que "una vez que tienes confianza en el profesional, ganas mucha salud delegando y desentendiéndote en cierta manera, que lo que te lleguen sean meras consultas". Subraya que Lozal y el resto del equipo de Apotheka siempre hacían ese filtro, "solucionando los inconvenientes que iban saliendo y asegurando los plazos a los que se habían comprometido".

"El no tener que ser tú el que negocie con los oficios ayuda mucho. Ha sido un cambio de mentalidad para bien el poder estar tranquilo con el proceso delegando en profesionales", describe. Durante la ampliación, no cerraron ningún día. Todo se sincronizó para que en el momento de tirar el tabique estuviera todo listo. Apotheka trabajó en el local nuevo mientras ellos estaban atendiendo en el antiguo. Luego, se mudaron a la parte nueva mientras hacían la antigua. Finalmente, se hizo el trabajo de unificar.





“ESTA FARMACIA
ES UN SITIO EN EL
QUE LOS PACIENTES
VAN A ENCONTRAR
UNA SOLUCIÓN
A SUS NECESIDADES”

Valora mucho el esfuerzo tan grande de su equipo, *“que se adaptó muy bien a una situación que no es la más cómoda”*. Es decir, el hecho de trabajar mientras el local estaba en obras fue *“un reto para todos”*, pero la ilusión que tenían por la nueva farmacia pudo más que cualquier inconveniente.

¿Contar con un espacio actualizado y moderno le ha ayudado a impulsar su farmacia? Responde afirmativamente, que *“aumentar los metros lineales de exposición ha impulsado las ventas al igual que las incorporaciones de servicios y productos nuevos”*. En ese sentido, *“las características propias de la farmacia se han potenciado todavía más”*.

Por otro lado, han potenciado la comunicación digital con su pantalla Hello. Confiesa que era un poco reticente al principio, pero cree que, en los tiempos que corremos, *“la información tiene que ser dinámica y debe estar actualizada”*. El tipo de farmacia que es requería *“invertir esta pequeña parte en comunicación digital”*. Se muestra contento porque *“hay una comunicación fluida con el equipo que produce los contenidos y que gestiona la pantalla”*. Lo ha delegado y *“es un descanso”*.

Indica que acaban de incorporar el test de intolerancias alimentarias, que tienen control de parámetros, perfil lipídico, glucosa, nutricionista, ortopedia, perforación de orejas y que quieren potenciar el servicio de cesación tabáquica.

Le cuestionamos qué le diría a un titular de farmacia que está pensando en rediseñar y reformar su farmacia. Destaca que *“es importante que la farmacia se convierta en un lugar*

en el que estén a gusto tanto el equipo como los pacientes, que los pacientes puedan tener una experiencia de compra en cada una de sus zonas y, a su vez, sea una farmacia diseñada para que el equipo pueda trabajar con comodidad y, sobre todo, versatilidad”. Del mismo modo, aconseja trasladar a la farmacia la sensación de comodidad que se disfruta en el hogar.

Ultima que *“un equipo que está a gusto con sus instalaciones rinde más y hay más armonía en el trabajo”*. Lo mismo ocurre con los pacientes; *“si se sienten cómodos y relajados, todo fluye mejor”*. +

LAS BARRACAS DE LA CALA DEL PORTIXOL, EL ALMA

Profundizamos con Vicete Salort Llorca en lo que es el espacio propiamente dicho. *“Había una idea que quería plasmar, que es la puerta azul característica de las barracas de la Cala del Portixol de Jávea”*, comenta. La pusieron en la zona central para que fuera el alma de la farmacia y alrededor de ella está distribuido todo el espacio. La zona de productos ecológicos, alimentación bio y ecológica, productos refrigerados (kombuchas, kéfir), ortopedia (alquiler y venta de productos de ortopedia), zona de cuidado animal, zona corporal, de cuidado íntimo de la mujer, salud sexual, dental, dermocosmética y belleza, capilar, ocular, mostradores, dietética, vitaminas y minerales, infantil, despacho, office, zona de guardias, atención personalizada, etcétera. En la zona central, junto a la puerta azul, tienen una zona diferenciada para hacer dermoanálisis con *“un trato más personalizado”*.