

Tradición, tecnología y cercanía: la evolución de una farmacia de barrio

Fundada entre campos y vaquerías en 1963, la farmacia de la calle Santa Hortensia, 20, se ha convertido en el corazón 'sanitario' de Prosperidad, un barrio castizo de Madrid. Un equipo de profesionales combina la última tecnología de dispensación robótica con el valor incalculable de la atención cara a cara.

Una evolución ejemplar que demuestra cómo un negocio familiar puede rejuvenecer su catálogo y digitalizarse sin perder la cercanía ni el contacto con el cliente.

La farmacia Soto Casteleiro, Peña Soto, está en la calle Santa Hortensia, 20, del castizo barrio de Prosperidad, en Madrid, y fue inaugurada en 1963 por María del Carmen Soto Castellejo, madre del actual titular, Juan de la Peña Soto, y suegra de la cotitular Arminda López. Actualmente, Carmen está jubilada y Arminda es la cara visible de la oficina de farmacia.

Los tres son farmacéuticos de profesión y se han dedicado a gestionar la farmacia familiar, si bien Arminda, tras licenciarse, inició su carrera profesional en Johnson & Johnson, pero su trayectoria dio un giro cuando se quedó embarazada. En ese momento decidió incorporarse a la farmacia familiar, donde la creciente actividad hacía necesario reforzar el equipo. Además, este trabajo le ofrecía una mayor facilidad para compatibilizar su desarrollo profesional con la vida familiar.

La farmacia está en la misma ubicación desde que Carmen la montó en la década de los sesenta, en la calle Santa Hortensia, 20, en el centro del barrio de Prosperidad de Madrid. "Cuando abrió la farmacia, el entorno era completamente distinto. Frente a ella había campo y antiguas vaquerías. Posteriormente, se urbanizó la zona y se construyó el centro de salud cercano", explica la cotitular.

El local es grande y luminoso, con una gran fachada. Tiene 83 metros cuadrados, de los cuales 6 están dedicados a un despacho y 3 al servicio, mientras que el resto está destinado a la venta y a la disposición de los medicamentos. La fundadora realizaba formulación



“TODOS NOS CONSULTAN Y SE FÍAN DE NUESTRO CONSEJO. Y SI HAY QUE SUBIR A CASA DE ALGUIEN UN MEDICAMENTO URGENTE, PUES SE SUBE”



magistral y todavía se conservan, a modo de museo, todos los botes e instrumentos que utilizaba para sus fórmulas. “Ahora estamos diseñando una vitrina para exhibir todo con propiedad y que se vea mejor. Es la historia viva de la farmacia y un homenaje a la profesión”, declara la cotitular.

La última reforma de la tienda fue acometida hace cuatro años y consistió en ampliar la zona de ventas y en instalar un robot dispensador para comprimidos, donde se almacena la mayor parte de la medicación sólida. Arminda comenta: “Estamos muy contentos, con el robot se gana mucho tiempo y ampliar la zona de venta nos ha permitido añadir muchos productos de parafarmacia y autocuidado que antes no podíamos exhibir”.

De hecho, acaban de ampliar el robot dispensador con otro módulo para trabajar mejor y su siguiente objetivo es eliminar parte del mobiliario antiguo e instalar cajoneras que agilicen el trabajo y mejoren la movilidad del equipo.

Un barrio de toda la vida

Rodeada de tascas, bares y al lado de un centro de salud, la farmacia funciona gracias a la fidelidad de su público y a la buena relación que mantiene con las demás tiendas, incluidas las otras farmacias del

barrio. “Es una zona muy tradicional en la que todavía sobreviven los negocios familiares de ‘toda la vida’”, explica Arminda.

Su clientela ha crecido con ellos. Cuando llegaron, el barrio estaba lleno de familias que, poco a poco, han ido envejeciendo y, ahora, las personas mayores son el núcleo poblacional más amplio de la zona. Sin embargo, el barrio está rejuveneciendo y cada vez llegan más familias: “Hoy día convive una población mayor, muy vinculada a la receta médica, con nuevos clientes jóvenes. Además, poco a poco están llegando familias nuevas y volvemos a tener bebés”, señala Arminda.

El trato personalizado y el conocimiento profundo de sus clientes hace que la farmacia siempre tenga “trasiego de gente del barrio” como indica la cotitular y “al estar el centro de salud al lado, también recibimos a gente nueva”. Si en algo destacan es la atención personalizada, de hecho, los clientes originales, que ya son abuelos, traen a sus hijos y nietos a la farmacia: “Todos nos consultan y se fían de nuestro consejo. Y si hay que subir a casa de alguien un medicamento urgente, pues se sube”, indica Arminda.

Más productos

Las nuevas generaciones demandan más productos y más novedades. Esto les ha

hecho actualizar el catálogo de productos de autocuidado, dermofarmacia y parafarmacia: “Hemos tenido que crear una sección de productos para bebés, hemos adquirido nuevas gamas de cremas y fotoprotectores solares y muchos más productos de higiene personal”, señala Arminda.

Con el objetivo de mejorar la experiencia de compra, la farmacia ha reorganizado la zona de venta con la incorporación de una isla central y nuevas estanterías que agrupan los productos por categorías y facilitan su localización.

Aunque el equipo reconoce no contar con conocimientos específicos en escaparatismo o marketing comercial, confía en el asesoramiento de los especialistas de Co-fares para optimizar la distribución del espacio y la presentación de los productos. Actualmente, los productos se dividen en: medicamentos con receta, comprimidos (robot), productos de autocuidado, dermofarmacia, productos infantiles y para bebés, vitaminas y suplementos, complementos para deportistas, batidos proteicos destinados a personas mayores, pañales, colirios, jarabes e inyectables.

Uno de los problemas de logística que más acusan es el almacenamiento de es-

“NO CREO EN LA VENTA ONLINE. HAY QUE EXPLICAR A LAS PERSONAS CÓMO SE TOMA UN MEDICAMENTO, LAS CONTRAINDICACIONES, ETC. Y PARA ESO HAY QUE VERSE CARA A CARA”



tos nuevos productos y, sobre todo, de los más voluminosos, como los pañales de adultos y bebé: “Tenemos muchísima demanda y los pedidos se acumulan y ocupan mucho espacio”, constata la cotitular.

Formación para asesorar correctamente

Arminda está al frente de un equipo de cuatro profesionales formado por ella misma: la farmacéutica Matilde, el farmacéutico Carlos, incorporado recientemente tras finalizar sus estudios, e Irene, técnica de farmacia con una larga trayectoria en el establecimiento.

Todos comparten una misma forma de entender la profesión: escuchar antes de recomendar y que son, según Arminda, además de profesionales, “unas personas empáticas y muy atentas”. Esa cercanía, unida al conocimiento técnico, es una de las razones por las que muchos vecinos siguen cruzando la puerta de la farmacia pese al auge de otros canales de compra. “No creo en la venta online. Hay que explicar a las personas cómo se

toma un medicamento, las contraindicaciones, etc. y para eso hay que verse cara a cara”, añade Arminda.

El equipo se mantiene al día mediante la formación continua que imparten los propios laboratorios cada vez que adquieren nuevos productos o tratamientos, convencidos de que un buen consejo solo puede ofrecerlo un profesional preparado.

Antes que ellos, dos técnicos desarrollaron prácticamente toda su carrera en la farmacia, donde permanecieron durante 33 y 54 años, un reflejo de la estabilidad y el compromiso que siempre han caracterizado al establecimiento.

Ese trato personalizado y el tiempo que dedican a resolver dudas siguen siendo, para muchos clientes del barrio, el principal motivo para elegir esta farmacia.

Servicios y adaptación

La farmacia de la calle Santa Hortensia, 20, se ha convertido en un punto de re-

ferencia del barrio gracias a una atención cercana y a un modo de trabajar muy práctico: gestionan encargos por WhatsApp, están plenamente integrados en el sistema Cofares (Welnia) para localizar y recibir con rapidez productos de parafarmacia y, aunque todavía no cuentan con página web ni tienda online, Irene, la más joven del equipo, ya está impulsando su futura presencia en redes sociales.

“Queremos modernizarnos y me hace ilusión tener una web y presencia en las redes sociales. Pero esta labor la dejaré en manos de mi nuevo equipo, que son muy jóvenes y están muy preparados... yo no me veo capaz y no tengo ni un minuto más para dedicarle”, explica Arminda entre risas.

Ofrecen servicio domiciliario puntualmente, solo a quienes llevan años confiando en ellos, como un gesto personal más que como un servicio formal, y disponen de tensiómetro y báscula. Por ahora, no realizan analíticas, aunque no descartan incorporarlas según evolucione la farmacia y la disponibilidad del equipo.

Todo el personal recibe formación continua de los laboratorios cuando llega un nuevo producto, y, aunque hoy no organizan charlas para la población, mantienen una clara vocación de seguir creciendo y ampliando el negocio: “Seguiremos modernizando la farmacia y ofreciendo nuevos productos y servicios a nuestra comunidad con la misma ilusión y ganas”, concluye Arminda.



“SEGUIREMOS MODERNIZANDO LA FARMACIA Y OFRECIENDO NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A NUESTRA COMUNIDAD CON LA MISMA ILUSIÓN Y GANAS”