

# Una farmacia abierta hacia todos

UNO DE SUS VALORES ES LA TRANSPARENCIA Y LO TRANSMITE YA DESDE EL EXTERIOR. EN LA FARMACIA AVDA. DE LA PAZ, EN EL BERCIAL, CREEN EN LA ULTRAESPECIALIZACIÓN DEL PERSONAL. LOS ESPACIOS ESTÁN DELIMITADOS CON DIFERENTES MOBILIARIOS Y ESTRUCTURAS QUE SEPARAN ÁREAS DE NEGOCIO DENTRO DE LA ZONA DE ATENCIÓN AL PÚBLICO. SU IDEA, A LA HORA DE DISEÑARLA, CON LA COLABORACIÓN DE SUBE INTERIORISMO, ERA SER DIFERENTES A LOS DEMÁS.

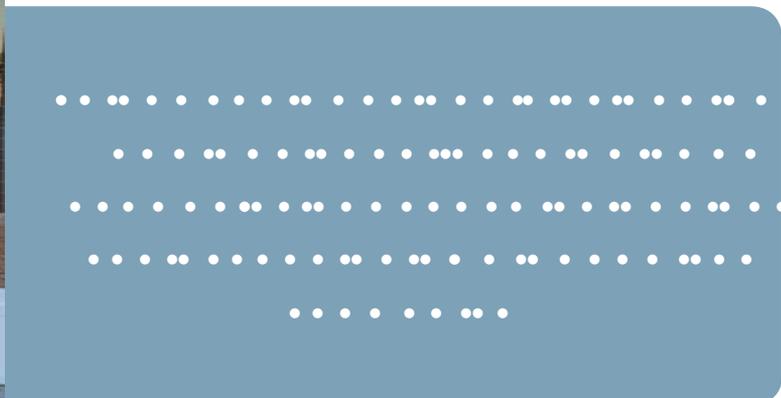






todo. Genera espacios, crea ambientes, destaca productos y realiza las promociones.

Cuando eligieron el local, tenían claro que la farmacia debía ser un escaparate hacia el exterior de todo lo que ofrecían dentro. Sería su carta de presentación, el objetivo es que fuera “una farmacia abierta hacia todos”. Igualmente, tenían claro que la farmacia no contaría con vinilos promocionales de ningún laboratorio. “Por experiencia, sabemos que lo único que conseguimos, pasado el tiempo, es que la forremos con esos vinilos y dejamos de ver lo que hay dentro”. Eso, precisamente, es lo que querían evitar. Al caer la tarde, cuando baja la luz y se enciende toda la farmacia, es todo un espectáculo. ¿Qué servicios añadidos ofrecen a sus clientes? Responde que creen en la ultraespecialización de su personal. Así, cada empleado se especializa en un área clave para la farmacia y entrega un plus en el consejo, que es muy valorado por los clientes. Hay expertos en fitoterapia y productos naturales. Olmos García defiende que, para poder manejar un vademécum tan extenso y cambiante como es el de la fitoterapia, se hace necesario la experiencia, la pasión y el conocimiento de este tipo de



acumulada de muchos años creando con éxito espacios comerciales, oficinas, casas particulares y negocios, hizo que nos decantásemos por ellos. No queríamos ser una farmacia más y así se lo transmitimos explícitamente. “Si queríamos diferenciarnos, debíamos contar con profesionales valientes que diesen y fuesen un paso más allá. Sube Interiorismo era el más idóneo para llevar a cabo lo que teníamos en mente”, añade. A su juicio, “la profesionalidad y el cariño con que afrontaron el proyecto es una de las claves de cómo quedó la farmacia”.

En la primera reunión, se les presentó el briefing del proyecto y se les dio libertad absoluta a nivel de diseño. “El resultado fue un éxito. Fue un gran impacto en el barrio y provocó un efecto llamada que nos sorprendió. Supuso una buena carta de presentación para todos aquellos que entraban a la farmacia por primera vez”, celebra Olmos García. Remarca además la buena coordinación entre Sube Interiorismo y la empresa AMJ, que ejecutó la obra en la farmacia. “El trabajo uyo a la perfección y se entendieron desde el primer momento. Es imprescindible haber logrado esa simbiosis para que todo se entregase y realizase a tiempo”, considera. La obra se realizó en los meses de verano y se logró “una farmacia única”. Opina que trabajar con Sube Interiorismo y su equipo, liderado por Begoña Susaeta, es un lujo. Apunta que su profesionalidad se encuentra en el más alto nivel, que su know how es impresionante y que el nivel de detalle final está “muy por encima de la media”.

Desde un primer momento, se plantearon abrir grandes cristalerías para poder disfrutar de luz natural en el interior de la farmacia. De hecho, para Sube Interiorismo, la iluminación es una de las claves de un buen diseño de farmacia. La Luz en cualquier negocio lo es

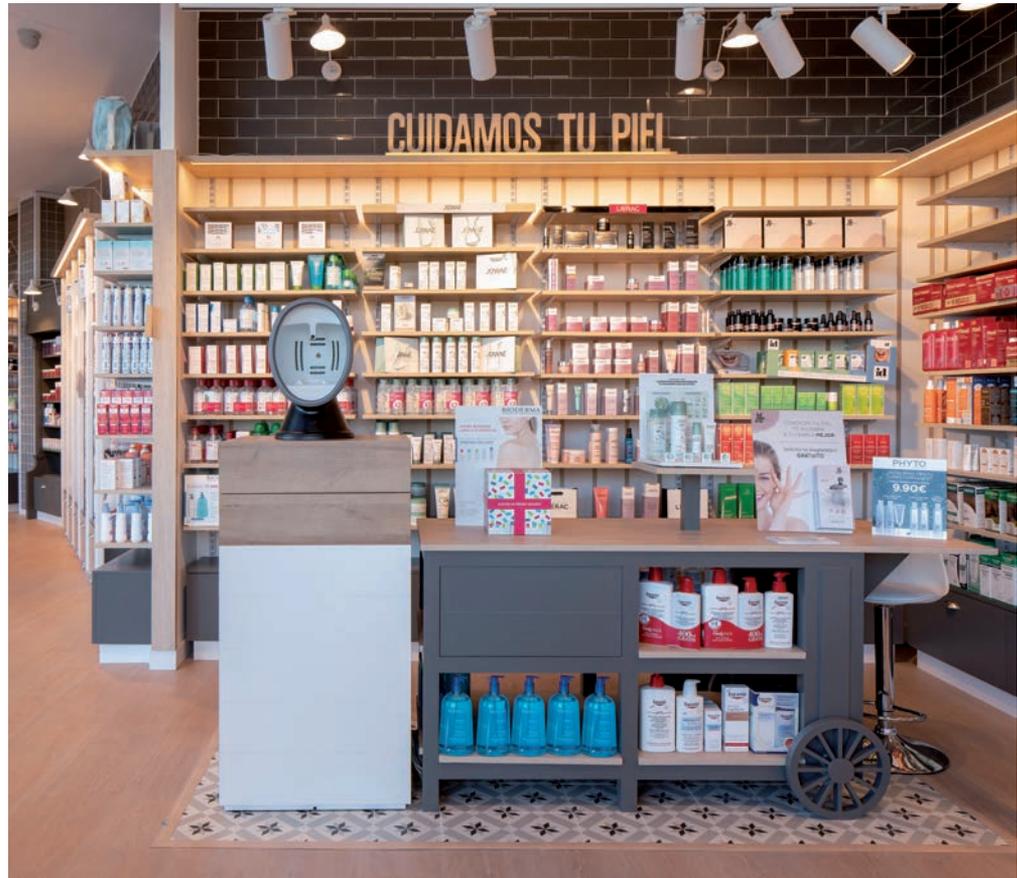


## el farmacéutico

productos. La dermocosmética es otra de las grandes apuestas de esta farmacia. "Contamos con técnicos que también son esteticistas. Sólo a través de un análisis exhaustivo y mensurable a través de un analizador de piel podemos instaurar cualquier tratamiento referente a la piel", asevera. Prosigue: "Sólo contando con profesionales que vayan más allá en el estudio de la piel, podremos aconsejar y recomendar el producto que realmente necesita nuestro cliente". La ortopedia y el cuidado del bebé y de su madre son áreas en las que del mismo modo son fuertes.

Los medicamentos tienen un peso importante en la farmacia similar a cualquier farmacia de estas características. Lo de destacar el herbolario ha sido todo un éxito. "Las farmacias nos habíamos olvidado de nuestros orígenes, del principio de nuestra profesión. Ahora parece que remonta y existe cada vez más un interés creciente en este tipo de productos. Era el momento de potenciar esta área, no sólo con un cartel debajo de unas baldas", determina. Montaron un herbolario dentro de la propia farmacia, un lugar especializado donde poder contar con un vademécum extenso y acorde con las necesidades del mercado. Eso sí, "de nada sirve contar con un herbolario sin la experiencia y el conocimiento del personal que lo lleva".

Con todo, para fidelizar o atraer a más clientes, la fórmula es "sencilla". Olmos García recomienda tratar a cada cliente como si fuese único, "ya sea para aconsejarle un crema carísima o venderle unos tapones para los oídos". Aboga por recomendarle con honestidad y transparencia lo que mejor le pueda ayudar a mejorar su salud. "Nuestra profesión exige un empatía especial, un trato personalizado de cada cliente y una dedicación especial que debemos recuperar. En eso, nos preocupamos y nos ocupamos todos los días en la farmacia", asegura. Insiste en que se trata de "recuperar la profesión de farmacéutico, que parece que se nos ha olvidado un poco a todos". Su lema es que "la aptitud nos iguala y la actitud nos diferencia". De nada sirve esperar agazapado detrás del



mostrador. Hace hincapié en que, hoy, el público exige una actitud más participativa, más cercana, más personalizada. "La farmacia del futuro pasa por generar espacios de salud donde el producto se acompañe de servicios, de consejos y de un seguimiento personalizado por los profesionales que trabajen en ella", asevera. +



## Un robot muy compacto

Aprovechando la nueva farmacia, Alberto Olmos García optó por introducir un robot de la empresa Gollmann. "Para nuestra farmacia, era el más adecuado. Por espacio, es muy compacto. Ocupa en altura algo más que una cajonera de las de toda la vida. Es totalmente personalizable y tiene un sistema de almacenamiento que nos daba seguridad y rapidez a la hora de poder acceder en busca de los medicamentos en el caso de que el robot se parase, miedo atávico que tenemos todos los farmacéuticos cuando nos planteamos instalar por primera vez un robot", relata. Llevan casi un año con él y eso todavía no ha pasado.

Están muy contentos con el robot. Ocupa un lugar preferencial en la farmacia. El control de stocks en medicamentos es absoluto. "No se equivoca, no duda, no se despista, trabaja por el día y por la noche y hace que el trabajo dentro de la farmacia se optimice y podamos dedicar más tiempo al cliente y a otros procesos de la farmacia", reflexiona el titular.