

Un espacio de venta muy amplio en la Farmacia Gimeno ha transmitido seguridad al cliente

EL OBJETIVO DE LA FARMACIA GIMENO, EN ZARAGOZA, ES QUE SUS PACIENTES LA CONSIDEREN UN ESPACIO EN EL QUE CUIDAN Y MEJORAN SU SALUD. EN SU RECIENTE REFORMA, SE HAN AÑADIDO METROS AL ÁREA DE VENTA Y ZONAS EXPERIENCIALES PARA INTENTAR OFRECER AL CLIENTE UNA EXPERIENCIA DE COMPRA. A PESAR DE LA PANDEMIA, HAN PODIDO SEGUIR BRINDANDO TODOS SUS SERVICIOS CON TODAS LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD.

La suya es una farmacia de barrio en la que tratan de transmitir un clima familiar y de confianza a todos sus pacientes para que les consideren como un espacio en el que cuidan y mejoran su salud. Actualmente, la plantilla de la Farmacia Gimeno, en Zaragoza, la forman seis personas, tres de ellas son farmacéuticas y las otras tres son técnicos. Trabajan con el horario tradicional.

Ana Gimeno, su farmacéutica titular, nos explica que el perfil mayoritario de sus clientes es el de un residente maduro, con edades comprendidas entre 40-54 años que tiene hijos pequeños o adolescentes con una renta media. También tienen un considerable número de clientes ya jubilados y de estudiantes universitarios porque hay un campus universitario relativamente cerca.

En enero de 2020, comenzaron una reforma, de la mano de Concep. Al inicio de la pandemia estaba casi terminada la obra civil, pero, con el confinamiento por el Covid-19, tuvieron que aguantar un tiempo con la farmacia ya reformada, aunque con los muebles antiguos.

Cuando empezaron a disminuir las restricciones de movilidad, se pusieron de acuerdo con Concep para decidir cuándo amueblar la nueva farmacia. En el puente de mayo, por fin, tuvieron todo terminado.



Ana Gimeno y Esteban Sendra, asesor de Concep.

De 77 a 107 metros de espacio de venta

La farmacia cuenta con una superficie de más de 171 metros cuadrados. Antes de la reforma sólo 77 metros cuadrados estaban destinados a la atención al público. El resto se dedicaba a dos laboratorios, un despacho, una rebotica y un almacén. Tras la reforma, ampliaron el espacio de venta al público hasta los 107 metros cuadrados. No obstante, siguen contando con un laboratorio, donde hacen las fórmulas magistrales y dos despachos, uno de ellos dirigido a la realización de distintos servicios farmacéuticos.

Es el espacio donde han creado un área muy polivalente en la que efectúan las pruebas bioquímicas y elaboran los SPD. También allí desarrollan sus talleres y sesiones de análisis capilar y dermatológico y prestan el servicio de dietética y consejo nutricional. *"Hemos logrado crear un clima donde se garantiza la intimidad necesaria para que el paciente se encuentre cómodo al hacer sus sesiones"*, dice.

La farmacia está pensada *"para que haya una alta interacción entre el cliente y el producto de parafarmacia"*. Hay muchos espacios de exposición y, además, hay zonas donde el paciente puede probar y experimentar con el producto. Para ello, cuentan con dos zonas experienciales, una para dermocosmética y otra para todos los productos de origen natural, *"que es un sector muy demandado en nuestra farmacia"*.

Se diseñó igualmente un espacio para consultas de Atención Farmacéutica y toma de tensión arterial donde pueden hablar más cómodamente con sus pacientes y resolver dudas que pudieran tener acerca de su medicación. Asimismo, se aumentó el número de puestos de venta. En uno de ellos, se instaló un servicio de recogida, *Click and Collect*.

Gimeno señala que, cuando su padre decidió jubilarse, ella se hizo cargo de la titularidad de la farmacia. A partir de ahí, inició un proceso

en el que poco a poco fue haciendo la farmacia más a su forma de ser y a su forma de trabajar. *"Siempre tuve en mente la reforma, era evidente que antes o después la llevaría a cabo para que la farmacia fuera lo más parecida posible a mi farmacia ideal. Pero investigamos el mercado durante bastante tiempo para tener claro, cuando por fin llegara el momento, cómo quería hacerlo. Concep· siempre estuvo entre mis opciones. Me gustaban en general las farmacias que habían reformado, también cómo llevaban a cabo el proceso de las reformas y además tenía muy buenas referencias de ellos"*, relata. Al final, Concep· se encargó del proyecto. Asegura que hubo muy buen *feeling* con todos los implicados en el proceso, desde el primer momento. Durante la reforma llegó la pandemia y eso descuadró un poco los tiempos marcados inicialmente. *"El problema es que en la pandemia las zonas experienciales no se pueden aprovechar todo lo que quisiéramos. Por ejemplo, en todo lo referente a la dermatología, no se pueden tener testers ni envases abiertos para que el paciente pruebe texturas y olores"*, comenta. Por otro lado, les ha permitido tener un espacio de venta muy amplio que hace que en la farmacia puedan establecer distintos flujos de entrada y de salida y que el cliente, dentro de las limitaciones de aforo, se sienta cómodo y seguro. Asevera que el cliente en su farmacia *"se siente seguro y protegido en todo momento"*. Han podido seguir brindando todos sus servicios, toma de tensión arterial, pruebas bioquímicas, perforación de lóbulo oreja, servicio de nutrición y SPD, entre otros, con todas las medidas de seguridad.

La idea cuando reformaron la farmacia era seguir prestando los servicios que ya estaban haciendo (pruebas bioquímicas, SPD, formulación magistral, etcétera) y profesionalizar mucho más otros gracias a la mejora y ampliación de las instalaciones (Atención Farmacéutica,



Atención Dermofarmacéutica, Servicio de dietética y consejo nutricional). Si antes de la pandemia pensaban en introducir o apostar por determinados mercados, la realidad les ha llevado a fomentar otros que les iban demandando sus clientes.

"El confinamiento estricto al principio y el incremento del teletrabajo posteriormente ha provocado que las farmacias de barrio como la nuestra aumentaran el flujo de entrada de clientes de una manera notable y eso nos ha dado la oportunidad de crecer siempre y cuando nuestro trabajo fuera valorado positivamente por los nuevos clientes", manifiesta. Apunta que *"segmentos del mercado como el cuidado personal, dental y todos aquellos productos ya sean de OTC, naturales o dermocosmética, que están íntimamente vinculados al consejo farmacéutico, han aumentado notablemente".*

Con esta visión, tras la reforma, han introducido más líneas naturales, tanto en el cuidado personal, en puericultura y maternidad, en dental, como en el consejo farmacéutico. En general, han reforzado todos estos segmentos donde se está creciendo para poder ofrecer un mayor surtido a sus clientes. Se han preocupado de seleccionar *"líneas eficaces, con estudios farmacéuticos y un poco diferenciadas"* de lo que veían que tenían las farmacias de su entorno. Evidentemente, hay productos y marcas que todos tienen y trabajan porque los clientes los demandan, pero han preferido diferenciarse a la hora de introducir cosas nuevas. Gimeno matiza que son productos en los que ellos creen porque los han ido probando y tienen un *feedback* muy bueno con sus pacientes.

Un momento ideal

A su modo de entender, *"estamos en un momento ideal para la farmacia asistencial"*. Sostiene que *"una crisis sanitaria y social como la que estamos viviendo ha devuelto al farmacéutico al lugar que se merece"*. Puntualiza que nadie duda de todo lo que los farmacéuticos pueden hacer para ayudar al sistema sanitario y a la sociedad en general. Recuerda que, desde los diferentes colegios profesionales de farmacéuticos de toda España, se le ha ofrecido a la Administración toda su colaboración para facilitar a los pacientes el acceso a su medicación, ya sea dispensada en la farmacia o entregada directamente al paciente enfermo o confinado en su domicilio.

Destaca que aún queda mucho trabajo por delante, pero que la pandemia ha demostrado que pueden colaborar *"mucho más"* con los distintos actores sanitarios para facilitar la vida de los pacientes y darles una mucha mejor atención.

¿Qué cree que la crisis del Covid-19 ha puesto encima de la mesa sobre la farmacia española, en lo que a carencias y virtudes se refiere? Responde que lo más importante, y de lo que se siente más orgullosa, es de que *"la farmacia comunitaria ha demostrado su capacidad para adaptarse a situaciones muy difíciles y desconocidas y que además lo ha hecho de una manera rápida y eficaz"*. Subraya que los farmacéuticos han colaborado con otros actores sanitarios en un montón de intervenciones que han hecho más fácil la vida de los pacientes. Menciona como muestra de esto el sistema de receta electrónica privada y los acuerdos de colabo-

ración con Cruz Roja para que los pacientes accedieran a su medicación. *"Desde nuestras boticas hemos fomentado medidas preventivas para lograr reducir los riesgos de contagio, informando y educando a los pacientes de cómo conseguirlo, explicando cómo hacer un uso adecuado de los distintos tipos de mascarilla, desmintiendo 'fake news' que se transmitían rápidamente mal informando a nuestros pacientes"*, remarca. Igualmente, y en tiempo récord, han desarrollado servicios de atención farmacéutica domiciliaria o telefónica que han impedido que se produjeran desplazamientos innecesarios de pacientes, reduciendo los contagios y garantizando que cumplieran sus tratamientos farmacoterapéuticos. Por otro lado, considera que ha quedado patente que necesitamos un sistema sanitario más fuerte y más coordinado. *"Sólo así acabaremos del todo con esta pandemia y podremos enfrentarnos a crisis sanitarias futuras"*, opina. Para ello, *"se tiene que contar con los farmacéuticos más de lo que se ha contado hasta ahora"*.

Cuando Sanidad impuso restricciones en los centros sanitarios para reducir las consultas presenciales, *"el paciente se encontró desamparado y el único establecimiento sanitario que estaba abierto durante todo el día y cerca de su casa era la farmacia"*. Acudían a las farmacias para consultar todas sus dudas, aliviar síntomas de sus patologías o comentar un problema de salud para que se lo resolvieran: *"En esta crisis sanitaria, hemos estado siempre cerca del paciente, empatizando con él, haciendo de farmacéuticos, psicólogos, divulgadores y amigos"*. Se muestra convencida de que los farmacéuticos podían haber contribuido a la reducción de contagios entre la población si hubieran contado con ellos para el cribado y detección de casos sospechosos de coronavirus.

Concluye que es el momento de dar protagonismo al consejo farmacéutico, porque, gracias a su labor, muchos pacientes han evitado acudir a un centro hospitalario para ser atendidos por un problema de salud menor. +

