"Si una farmacia no ofrece en condiciones óptimas el mejor servicio, debe pensar en reformar"

COMODIDAD, FUNCIONALIDAD Y PERSONALIDAD SON LAS MÁXIMAS DE TECNY-FARMA A LA HORA DE DISEÑAR UN NUEVO PROYECTO.

El mundo del diseño tiene claro que, *"en la sociedad actual, todos debemos avanzar hacia la mejora continua, y así presentar de manera óptima los servicios que ofrecemos para una mejor experiencia de nuestros clientes"*, como indica **Miguel Ángel de la Rosa**, *director comercial de Tecny-Farma*. La farmacia no es una excepción, y por eso él cree que *"si una farmacia no ofrece en condiciones óptimas el mejor servicio, debe pensar en reformar"*.

Hoy en día, estos establecimientos deben contar, en su opinión, *"con unos accesos adaptados a todo tipo de clientes, comodidad, espacio y claridad a la hora de ofrecer nuestros productos y servicios"*. Para esto es *"imprescindible"* disponer de un espacio comercial correctamente diseñado, con circulaciones estudiadas y adaptadas a una idónea categorización de productos.

También la iluminación, la señalización y la imagen corporativa, añade De la Rosa, *"deben acompañar el mensaje que queremos lanzar de farmacia de vanguardia, adaptada a las necesidades de nuestros clientes y capacitada para cubrir todas sus expectativas"*.

Desde su mirada experta, una farmacia gana mucho al ser reformada. Y a la inversa en el caso contrario. *"Una reforma poco acertada puede llegar a perjudicar en algunos aspectos fundamentales a la propia farmacia"*. Si no está perfectamente adaptada a las necesidades de los clientes y no contempla soluciones 360º, considera que *"puede no llegar a ser un éxito"*.

En Tecny-Farma llevan más de 40 años implantando soluciones de éxito en las farmacias. Según su director comercial, *"siempre les aportamos la máxima rentabilidad, el retorno rápido de la inversión, gran satisfacción del cliente, y cumplir el programa de necesidades que se plantea".*

Comodidad y funcionalidad

Al hilo de las preferencias de los clientes, otro punto que no se debe descuidar es el de las tendencias en decoración y diseño de las farmacias. Desde su punto de vista, *"con nuestros departamentos de diseño, y los grandes profesionales en arquitectura comercial de la farmacia con los que trabajamos en toda España, estamos aportando un diseño amigable con el cliente, buscando la máxima comodidad y funcionalidad".*

Asimismo, De la Rosa considera *"fundamental"* que el diseño y la decoración de la farmacia trasmita los valores relativos al servicio y la profesionalidad, ya que se trata de un establecimiento sanitario. Sin perder otro valor: la personalización, es decir, *"un espacio único y que refleje la personalidad del cliente".*

En este sentido, *"el Covid-19 ha acentuado la apuesta por diseños en los que los recorridos estén perfectamente estudiados para mantener la distancia social, y que los clientes de la farmacia se sientan en un espacio seguro y saludable",* agrega el experto.

Lo que no ha cambiado, al menos en su caso, es la categorización a la hora de acometer una reforma. La explicación es que siempre han buscado *"la creación de espacios saludables y con las mejores condiciones para una atención muy personalizada".* Sí que han tenido que contemplar, *"lógicamente"*, nuevos elementos, como las mamparas en mostradores, separación entre clientes, ubicación correcta de zonas de desinfección con gel hidroalcóholico, y establecer una nueva categoría relativa a las medidas sanitarias con mascarillas, guantes, geles...etc.

Justamente, el contexto pandemia y el consecuente aumento de tráfico en las farmacias que ha traído, las empresas han percibido un *"gran interés"* en el sector por conocer soluciones que mejoren la estancia de los clientes. Principalmente, señala Miguel Ángel de la Rosa, *"para ganar espacio comercial y mejor ubicación de los usuarios en su atención y espera".* Incluso les ha llamado la atención los requerimientos por parte de farmacias ya reformadas en los últimos años con otras empresas, en las que primaban los aspectos decorativos. Con la llegada de la pandemia, expone, *"muchas han querido hacer cambios, a pesar de que su establecimiento aparentemente estaba nuevo, porque presentaban grandes carencias en la distribución de espacios, circulaciones y funcionalidad general".*

Eso sí, la necesaria practicidad no va reñida con la diferenciación. De hecho, como subraya el experto, *"es muy importante la creación de una imagen corporativa propia, que transmita una personalidad única y unos valores y profesionalidad desde la fachada hasta los aspectos de decoración y categorización interior".* Tanto como una solución de espacios y circulaciones *"acertada"*, pues esto hará que los clientes valoren más esta farmacia sobre las demás, *"con el consiguiente reconocimiento al titular de la farmacia".*

Al igual que tampoco hay una norma sobre los colores que deben primar en este tipo de negocios, si bien el director comercial de Tecny-Farma recomienda un fondo claro, porque *"conseguirá mejor visibilidad del producto".* También es importante, agrega, *"buscar el contraste de ciertas categorías para facilitar su localización por parte del cliente".*

Sí que admite que cada vez proponen acabados más naturales, porque facilitan una estética más amable y ecológica. *"Y no debemos olvidar que la imagen corporativa muchas veces irá asociada a un color que define los gustos de nuestro cliente".*

Miguel Ángel de la Rosa

El factor humanización

Cada elemento tiene relación y unidos forman un todo, y es imperante que la humanización se incluya dentro de él para conseguir una farmacia amigable en la que el cliente se sienta cómodo y seguro. A este respecto, destaca que su empresa cuida la percepción general del cliente en relación a su estancia en la farmacia mediante las soluciones de distribución de espacios. *"Esta visión tiene que ser óptima, ya que si un cliente observa desde el acceso que la gente está muy junta o que están tardando en atender, puede marcharse a otra farmacia",* argumenta el experto.

Otro fallo muy común en la decoración y el diseño de las farmacias españolas es *"claramente"*que apuestan por elementos de decoración muy efectistas y estéticos. *"Todos los años tenemos que retirar de farmacias no realizadas por nosotros zonas de islas, postes, divisiones y todo tipo de elementos que condicionaban muy negativamente el funcionamiento de la farmacia. Creo que ahora nuestros clientes ya tienen claro que la funcionalidad es muy importante".*

Precisamente es lo que más piden los farmacéuticos, *"resolver sus necesidades",* junto a la corrección de errores de anteriores reformas y una muy profesional organización de los trabajos, *"ya que en la mayoría de los casos debemos hacer la nueva implantación sin dejar de atender en la farmacia",* relata.

Partiendo de esas premisas, a su juicio todas las farmacias son Premium, pues *"tienen lo más importante, unos profesionales Premium".* Cree, no obstante, que desde Tecny-Farma les pueden proporcionar un margen de mejora, ayudando a que *"todo lo relativo a experiencia de cliente, comodidad, seguridad y funcionalidad también lo sea".*

En suma, el proceso para trabajar con Tecny-Farma empieza primero conociendo las necesidades del cliente, así como los elementos positivos de su trayectoria anterior, para conservarlos y potenciarlos. A partir de ese momento, apunta De la Rosa, *"planteamos nuestras soluciones que maduramos junto al cliente para llegar a una distribución de espacios óptima".*

En cuanto a tiempos, explica que ningún proyecto es estándar. *"No olvidemos que estamos hablando de que nuestros clientes tienen en su espacio de salud su gran proyecto de vida, por lo que debemos tratarlos con el máximo interés y esfuerzo".*

Así pues, reflexiona por último el experto: *"creo que nuestro principal valor diferencial es pensar en el cliente y su farmacia como si no hubiese otra, y poner nuestra máxima dedicación a buscar las mejores soluciones".*