

Siete razones por las que un farmacéutico debe reformar su farmacia

HAY DIVERSAS RAZONES POR LAS QUE UN FARMACÉUTICO DEBE PLANTARSE LA REFORMA DE SU LOCAL. SIEMPRE ES BUENO EL TRANSMITIR UNA IMAGEN MODERNA Y RENOVADA A SUS PACIENTES, HACIENDO QUE EL LOCAL ESTÉ A LA ALTURA DE LOS NUEVOS TIEMPOS QUE CORREN. POR ELLO, LOS PROFESIONALES DE REFORMAS Y CONSTRUCCIONES PÉRGOLA SE ADAPTAN A LAS NECESIDADES Y A LA FORMA DE ENTENDER LA FARMACIA QUE TIENE CADA UNO DE SUS CLIENTES, INTENTÁNDOLES HACER UN TRAJE A MEDIDA.



Las ventajas de reformar una farmacia son múltiples. La idea es generar un espacio agradable para que sus pacientes se encuentren cómodos y tengan a su alcance toda la oferta de productos disponibles. **Miguel Ángel Gil** y sus socios **David Maroto** y **Alfonso Fernández**, directores de Reformas y Construcciones Pégola, señalan que, en la mayoría de los casos, se consigue "incentivar la venta de productos de venta libre, aumentando la rentabilidad, mejorar la organización y optimizar el espacio".

Generalmente, en una farmacia reformada, se saca el "máximo provecho" al local, lo que facilita ofrecer nuevos servicios a los pacientes. Además, se organiza y optimiza el espacio de trabajo para el personal, que pasa muchas horas en el local. "Los clientes siempre agradecerán que se hayan tomado medidas para adaptar el local a las nuevas tecnologías, nuevas tendencias de digitalización, nuevos hábitos de consumo, e incluso que se hayan tomado medidas para dar cumplimiento a las recomendaciones de distanciamiento social, higiene, calidad de aire, etcétera, que nos ha impuesto la pandemia que desgraciadamente nos está tocando vivir. Sin duda estas medidas contribuyen a transmitir sensación de seguridad durante el tiempo que se permanece en la farmacia y puede ser un factor diferenciador frente a la competencia que no haya tomado este tipo de medidas", reflexionan.

86 Evitar quedarse obsoleto

Abordamos con ellos estas siete razones por las que un farmacéutico debe pensar en reformar su farmacia. Recomiendan "evitar el quedarse obsoletos" cuando la competencia ha reformado o actualizado sus instalaciones, o cuando se vayan a implantar nuevas farmacias cerca. La



Farmacia reformada por Pégola en la que se mejoró su estética, se aumentó la superficie de venta y se facilitó la accesibilidad instalando un ascensor que salva cuatro escalones interiores y comunica con el sótano. Diseño: Alvaro Hache Arquitectura

meta ha de ser competir de igual a igual y no tentar a nuestros pacientes o posibles nuevos pacientes a que acaben en otra farmacia que tenga mejores instalaciones o proporcione nuevos y mejores productos o servicios.

Incrementar la ratio de venta libre

Otra razón para reformar es la pretensión de incrementar la ratio de venta libre sobre el de recetas, *"mejorando la exposición y la oferta de productos de venta libre y generando espacios adecuados para su comercialización dentro de la farmacia"*.

Aumentar la superficie de venta

Con una reforma, se puede *"aumentar la superficie de venta, reorganizando adecuadamente la rebotica, el almacén y el resto de las estancias, que en muchas ocasiones sus superficies están desproporcionadas, en detrimento de la superficie útil de venta"*.

Por cambio generacional o de titularidad

Por otro lado, es conveniente llevar a cabo una reforma *"cuando se produce un cambio generacional en la titularidad de la farmacia o cambia la titularidad por la adquisición de la misma"*. Cuando esto sucede, *"es muy recomendable que los pacientes perciban este cambio y se den cuenta de que es el mismo emplazamiento pero que hay otros gestores con nuevas ideas, propósitos e ilusiones"*. Todo esto puede transmitirse perfectamente dando una imagen renovada de la farmacia de siempre.

Renovar la imagen exterior

En su opinión, *"todo tiene que hablar un mismo lenguaje, la imagen exterior que proyectamos con lo que, si entramos en el local, nos encontramos en el interior del mismo"*. Por eso, aconsejan reformar cuando sea necesario mejorar y renovar la imagen que se proyecta o se percibe desde el exterior. En este caso, se refieren especialmente a la fachada del local, *"que es tan importante o más que la reforma interior, aunque por lo antes comentado, no se entendería la reforma de la fachada sin la reforma interior o viceversa"*.

Robotizar

Querer robotizar es otro buen pretexto para embarcarse en una reforma. Suele ser necesario adaptar el local a la nueva ubicación del robot, y es un buen momento para aprovechar las ventajas en ahorro de espacio de almacén que conlleva la automatización de la farmacia.

Mejorar la accesibilidad

La última razón que glosan es la de *"mejorar algo tan importante como es la accesibilidad al local"*. *"Muchas veces nos encontramos con farmacias con desniveles, escalones pronunciados, puertas de difícil manejo"*, declaran. No hay que olvidar que muchos de los pacientes son personas mayores, padres con carros de niños o con carros de la compra. Por ello, *"es fundamental, si es posible, y muchas veces lo es, el hacer obra para mejorar esta accesibilidad al local"*. Sin duda, es algo que sus pacientes agradecerán.

Remarcan que algo que caracteriza a Pér-gola, con más de 22 años en el sector, es que son *"un poco sastres"*. *"Nos adaptamos a las necesidades y a la forma de entender la farmacia que tiene cada uno de nuestros clientes, intentándoles hacer un traje a medida"*, aseveran sus responsables. Precisamente, la mayoría de sus clientes llevan muchos años atendiendo a sus pacientes en el mismo local y nadie mejor que ellos para haber detectado a lo largo del tiempo cuáles son sus necesidades, lo que le va bien, lo que le funciona y lo que no.

Por este motivo, no llegan a las farmacias como *"un elefante en una cacharrería"*, creyendo saberlo todo sobre el negocio y de cómo el farmacéutico tiene que hacer su trabajo. Se ponen en su piel, escuchan sus necesidades y trabajan codo con codo con él, aportando su experiencia en otros muchos casos y dando solución a cada una de ellas.

Con todo, el diseño de su farmacia es la imagen de identidad de un farmacéutico. *"Es la imagen por la que será recordado e identificado por sus actuales y futuros clientes, es como su imagen de marca"*, argumentan. Muchos farmacéuticos ya la tienen, y esta imagen suele estar muy asociada o muy relacionada a la imagen o al diseño de su local. Esto les hará únicos y diferenciarse frente al resto. No obstante, hay que tener en cuenta que *"una farmacia es un establecimiento sanitario y no debería de perder esa esencia"*. Lo que más les piden los farmacéuticos es *"un buen diseño, a buen precio y en el menor plazo posible"*. +

Un buen diseño, a buen precio y realizado en el menor plazo posible

A la hora de definir cuáles son las principales peticiones de los farmacéuticos, los responsables de Pér-gola lo tienen claro: *"Un buen diseño, a buen precio y realizado en el menor plazo posible"*. Su proceso, cuando reciben a un cliente, se divide en cuatro fases:

-Visita y asesoramiento: Una vez el cliente contacta, se concerta una primera visita al local con uno de sus técnicos. Se analizan los condicionantes, las necesidades, ideas y preferencias, presupuesto disponible, etcétera. Se toman fotografías y medidas para poder levantar un plano.

-Anteproyecto. Con toda la información se plantean varias propuestas de distribución funcionales, técnicamente y urbanísticamente viables, y que cumplan al máximo posible los requisitos del cliente. Se elabora un presupuesto orientativo en base al diseño.

-Proyecto definitivo. En esta fase, se desarrolla en profundidad la propuesta seleccionada. Eligen con el cliente los materiales, calidades, diseños y acabados hasta llegar a una propuesta final que armonice criterios estéticos y presupuestarios. Ofrecen un precio lo más cerrado posible, así como una referencia muy acotada de tiempos reales de ejecución. Asimismo, se encargan de gestionar las licencias necesarias tanto con el Ayuntamiento como con Sanidad.

-Ejecución de la obra. Una vez tienen definido proyecto y precio, se determina con el cliente la fecha del inicio de obra y los plazos de ejecución y formas de pago, todo ello firmado en contrato. Como valor añadido, destacan su condición de empresa, que va más allá de un servicio de reforma. Su experiencia, compromiso, servicio postventa y gestión eficaz son sinónimos de satisfacción garantizada.