

SERGIO DURÁN MARCELO, DELEGADO COMERCIAL DE APOTHEKA EN LA ZONA DE BARCELONA/GIRONA, ARQUITECTO DE INTERIORES Y DIRECTOR DE OBRAS EN INDECOSA EUROPE, S.L.

# “Los farmacéuticos quieren mejorar su farmacia para ofrecer un servicio y una atención todavía mejor a sus pacientes”

CON UNA TRAYECTORIA QUE SE ACERCA AL MEDIO SIGLO, APOTHEKA TRABAJA INCANSABLEMENTE POR OFRECER SOLUCIONES NOVEDOSAS Y ESTAR SIEMPRE A LA VANGUARDIA DEL DISEÑO, APOSTANDO POR LA TECNOLOGÍA Y SIGUIENDO LAS NUEVAS TENDENCIAS.



**P**ara **Sergio Durán Marcelo**, delegado comercial de *Apotheka* en la zona de Barcelona/Girona, arquitecto de interiores y director de obras en *Indecosa Europe, S.L.*, en los últimos meses está habiendo mucho movimiento en el sector farmacia, incluida la actividad de las reformas. “*Los farmacéuticos son profesionales muy proactivos*”, apunta, y su percepción es “*que quieren mejorar su farmacia para ofrecer un servicio y una atención todavía mejor a sus pacientes*”. Cree que el detonante de esta nueva situación ha sido haber pasado la pandemia, en la que se ha comprobado el importante papel de la farmacia asistencial en la salud de todos.

“*En Apotheke los últimos meses están siendo muy positivos y, en mi caso particular, este ha sido mi mejor año como delegado comercial de Apotheke en Barcelona y Girona*”, asegura Durán, que presume del valor añadido que aporta su empresa a la hora de reformar una farmacia. “*Lo que nos hace mantenernos como líderes en el sector es el conjunto que formamos*”. “*Somos un equipo joven, pero con una larga experiencia de casi 50 años en el diseño, reforma y fabricación de mobiliario para farmacias. Esto nos hace ofrecer soluciones novedosas y estar siempre a la vanguardia del diseño, apostando por la tecnología y siguiendo las nuevas tendencias*”, subraya.

## Las últimas tendencias en las farmacias

Al respecto de las tendencias actuales, el experto explica que los profesionales quieren ofrecer sus servicios en un espacio con un diseño moderno y actual que no pase de moda. Por eso, “*se están haciendo farmacias muy limpias, luminosas, frescas y con cierto toque natural, que sean*

funcionales y cómodas tanto para el equipo de la farmacia como para los pacientes". Además, apostilla, "uno de los grandes objetivos que perseguimos siempre es hacerlas más comerciales en el sentido de aumentar metros de exposición de producto y reducir los de rebotica, optimizando el espacio de almacenamiento".

Y es que, según el arquitecto de interiores, a nivel de diseño se atraerán más clientes trabajando todos los elementos que componen la farmacia para hacerla más atractiva: iluminación, mobiliario, escaparate, categorización, etc. Lo que buscan, indica Durán, "es que el cliente viva una experiencia de compra en nuestra farmacia". Por otro lado, "tenemos que trabajar muy bien la distribución del espacio y la categorización de los productos, y todo ello tiene que estar reforzado con un esfuerzo de fidelización de clientes por parte del equipo de la farmacia".

Del mismo modo, en la zona de ventas tiene que estar muy bien trabajado el recorrido comercial, expone el especialista, para que sea más visual, más atractiva y para que el cliente viva una experiencia de compra. "El espacio debe ser sorprendente, pero con elementos que le den atemporalidad, y todo esto sin que nunca se nos olvide que estamos trabajando el espacio de una oficina de farmacia".

La comunicación y el marketing, asimismo, son "vitales" para que, en combinación con una buena distribución y un buen diseño, el proyecto sea un éxito. "Deberemos trabajar la comunicación visual desde el primer minuto para conseguir nuestro objetivo, haciendo especial hincapié en la fachada, ya que es lo primero que ve un cliente y lo más importante para hacer que este entre".

Otra de las tendencias actuales que resalta el delegado comercial de Apotheka es usar ciertos materiales, colores y texturas que hagan que el espacio sea más apacible, limpio y ordenado. "El blanco, la madera y los colores neutros son una apuesta segura para conseguirlo", apunta. El objetivo es que la farmacia sea "sencilla pero impactante" y, para ello, "utilizaremos materiales atemporales y duraderos". Por otro lado, añade que tiene mucha importancia trabajar bien la iluminación para generar sensaciones en los clientes y para destacar el producto.

Preguntado por los escaparates y si se presta la atención necesaria a esta parte de la botica, Durán dice que "depende mucho del tipo de escaparate y de la ubicación de la farmacia, pero en general sí". "Si contamos con el espacio suficiente, una de las mejores opciones para

potenciar el escaparate es la utilización de monitores profesionales para trabajar la comunicación digital", explica. Apotheka es ejemplo de ello, ya que cuenta con el servicio de cartelería digital Apotheka Hello, y también "son muchas las farmacias que están apostando por ello para comunicarse con sus pacientes de una forma mucho más dinámica y creativa". "Nosotros gestionamos los contenidos de su monitor profesional y en él emitimos los servicios, promociones y consejos que cada farmacia nos solicita", revela el delegado comercial de la empresa.

### La tecnología es el futuro

En su día a día trabajando con farmacéuticos también está viendo que la tecnología es algo a lo que se están sumando cada vez más titulares. "La tecnología es el futuro", recalca, "y, si hacemos un uso adecuado de ella, va a ayudar a muchas farmacias a simplificar las tareas de gestión y a poder dedicar más tiempo a lo importante, que es la atención a sus pacientes". Así pues, la gran apuesta tecnológica de Apotheka es el sistema de automatización eOnbox, que tiene una gran implantación de más 300 farmacias en todo el territorio nacional. "Está ofreciendo unos resultados excelentes y una gran satisfacción entre los titulares que han decidido implantarlo en sus farmacias", asegura.

Todo suma, aunque, bajo el punto de vista del especialista, con el mero hecho de contar con un diseño renovado en la farmacia, "vamos a reforzar en los pacientes la idea de que su farmacia se esfuerza por ofrecerle un lugar más cómodo donde acudir a buscar consejo farmacéutico". Se trata, a su juicio, de conseguir un espacio que le genere confianza. "Si disponemos del espacio suficiente, podremos distribuir la farmacia de forma que podamos crear espacios de atención especializada y dedicados a servicios específicos como dermatocósmética, ortopedia u óptica", apunta. Además, las tendencias actuales permiten hacerse una idea sobre cómo será la farmacia del futuro. Durán vaticina que va a ser tecnológica, digitalizada y centrada en la comodidad y las facilidades para el paciente. "Van a ser farmacias modernas y más comerciales, sin olvidarnos de que son farmacias", resalta. Es por eso que, para concluir, anima a los profesionales de la farmacia a mejorar su negocio con ellos: "En Apotheka nos gusta decir que acompañamos al titular desde el principio y hasta el final del proyecto. Y, en este proceso, le ayudamos en todos los aspectos que necesite, adaptándonos a su caso: mobiliario, diseño, reforma (obra civil), automatización, digitalización, categorización y otros servicios de marketing". +



FARMACIA GRACIA NOVA