

Las nuevas farmacias ponen al paciente en el centro

EN TÉRMINOS GENERALES, SE PERCIBE EL CAMBIO HACIA UN ENFOQUE DE FARMACIA CON UNA VISIÓN 360°, MÁS INTEGRADA EN EL MUNDO DIGITAL, DONDE EL PAPEL DEL FARMACÉUTICO Y LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL PACIENTE-CLIENTE ES VITAL.

Uno de los motivos principales por los cuales los farmacéuticos quieren mejorar su farmacia es, sin lugar a dudas, para poder ofrecer un servicio y una atención mejorada a sus pacientes. Al fin y al cabo, lo que se pretende es que el cliente viva una experiencia de compra positiva en el establecimiento. Para ello, debe trabajarse a conciencia la distribución del espacio y la categorización de los productos. Sin duda alguna, cada vez más farmacéuticos son conscientes de la importancia del diseño de su establecimiento, hecho que explica que, en este último año, las reformas de farmacia hayan experimentado un *boom*.

Del mismo modo, en la zona de ventas debe estar muy bien estudiado el recorrido comercial, para que sea lo más visual y atractivo posible, con el propósito de que el cliente viva una experiencia correcta de compra. El espacio debe ser sorprendente, pero con elementos que le den atemporalidad. Todo ello, por supuesto, sin que nunca se olvide que se está trabajando el espacio de una oficina de farmacia.

Tendencias: un espacio moderno y multidisciplinar

En relación con las tendencias actuales, los profesionales farmacéuticos parece que de-



sean ofrecer sus servicios en un espacio con un diseño moderno y actual, pero atemporal al mismo tiempo. En consecuencia, se están diseñando 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, uno de los grandes objetivos que se persigue constantemente es proporcionarles un grado mayor de comercialidad, es decir, aumentar metros de exposición de producto y reducir los de rebotica, optimizando el espacio de almacenamiento.

Es decir, la tendencia actual en el campo del diseño y reforma de las farmacias está orientada a conseguir más espacio en la botica, más espacio destinado al servicio, a dar respuesta a las necesidades del paciente. Por ejemplo, boxes o cabinas pueden aumentar, sin duda, el abanico de ofertas, oportunidades y servicios para las farmacias.

Todo suma, aunque con el sencillo hecho de contar con un diseño renovado en la farmacia, se va a reforzar en los pacientes la concepción de que su farmacia se esfuerza por ofrecerle un lugar más cómodo donde acudir a buscar consejo farmacéutico. Básicamente, se trata de conseguir un espacio que le genere confianza. Si se dispone del espacio suficiente, se puede distribuir la farmacia de forma que se puedan crear espacios de atención especializada y

dedicados a servicios específicos como dermatocósmica, nutrición, toma de la tensión arterial, entre otros.

En términos generales, se está viviendo el cambio hacia un enfoque de farmacia con una visión 360°, con una mayor integración en el mundo digital y donde el papel del farmacéutico y la mejora de la experiencia del paciente-cliente es vital.

Otro de los puntos fundamentales donde desplegar la estrategia es el interiorismo. Los expertos recomiendan trabajar un diseño atractivo y acorde con los atributos y valores que la farmacia quiere transmitir, hecho que permite atraer a los clientes y posibilita que quieran explorar la farmacia.

En definitiva, la tendencia actual en el campo del diseño y las reformas es que cada vez más los farmacéuticos están familiarizados con los conceptos del retail y saben que una buena estrategia en una farmacia es clave. En este caso, realizar un correcto análisis de la farmacia, tanto externo como interno, es la clave para desarrollar una idónea estrategia de transformación.

La pertinencia de determinados colores y materiales

En el contexto de transformación de los establecimientos farmacéuticos en el que nos encontramos, también han evolucionado las tendencias en el diseño de colores y materiales. En concreto, a día de hoy existen dos grandes tendencias. La primera es el minimalismo, con colores claros y neutros como blanco, gris y beige, y materiales como vidrio y metal, hecho que posibilita un aspecto moderno y limpio. La segunda es el verde, el color más popular en el diseño de farmacias, ya que transmite una sensación de salud y bienestar. Así, los tonos de verde suaves y naturales se emplean para crear un ambiente relajante y calmante. Estos, combinados con elementos naturales como las maderas o las cerámicas, logran crear un espacio más despejado, amplio y relajado.

En otras palabras, los establecimientos farmacéuticos deben situarse siempre dentro de unos colores sobrios y elegantes. Eso sí, según las zonas geográficas, se pueden dar unas condiciones singulares de libertad para escoger un color específico o la parte cromática de la farmacia, por lo que existe un amplio abanico de colores. No obstante, por lo general, se tiende a optar por colores que no cansen y que sean atemporales. En cuanto a los materiales, es recomendable que vayan acorde al tipo de estructura expositiva que se posea y al tipo de

REALIZAR UN CORRECTO ANÁLISIS DE LA FARMACIA, TANTO EXTERNO COMO INTERNO, ES LA CLAVE PARA DESARROLLAR UNA IDÓNEA ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN

aspecto que se le quiera proporcionar a la farmacia. Otra opción son materiales que transmitan calor, generando una sensación acogedora, de clima familiar.

En el campo del diseño y las reformas de las farmacias, se considera que todo debe girar en torno al paciente-cliente, que acude a la farmacia con una serie de necesidades relativas a su salud o a la de su seres más allegados. En este sentido, se debe mostrar, mediante la fachada primero y el diseño del espacio después, la capacidad de esta para dar respuesta a todas sus demandas en materia de asistencia, consejo y surtido de productos.

El objetivo es que la farmacia sea sencilla pero impactante, y para ello es propicio emplear materiales atemporales y duraderos. No obstante, un buen diseño no debe estar vinculado necesariamente a unos materiales y colores. Es por ello que algunos expertos apuestan por una personalización en cada aspecto concreto que refleje no solo la personalidad, sino también toda la trayectoria de la farmacia.

La iluminación como elemento diferenciador

En un establecimiento farmacéutico también es muy importante una iluminación adecuada, una temperatura confortable y un ambiente cuidado en cuanto a sonoridad, olores y aspecto general, que debe de ser ordenado e higiénico. En definitiva, un espacio que comunique profesionalidad y servicios.

En cuanto a la iluminación, posee mucha relevancia trabajarla para generar sensaciones positivas en los clientes y para destacar los productos de la mejor manera posible. Una decoración elegante y una iluminación adecuada pueden hacer que la farmacia parezca más acogedora y atractiva, además de que parte del diseño está ligado a proporcionar una experiencia de compra positiva que puede ayudar a atraer nuevos clientes. Unos nuevos clientes que llegarán más fácilmente si se sienten atraídos por una farmacia que ofrezca un ambiente relajado y cómodo, con una buena disposición de los productos, además de un servicio excepcional. En lo relativo a la sala de ventas, debe contar no solo con un diseño agradable, un espacio diáfano y una buena iluminación, sino también con una disposición del mobiliario de exposición que dé pie a la ubicación estratégica de los productos.

El diseño desde fuera: escaparates y fachadas

Igualmente, los escaparates son una herramienta importante para atraer a los clientes y promocionar productos y servicios. Para confeccionar un escaparate efectivo, se deben utilizar temas estacionales, colores brillantes, mostrar los productos de manera clara y contar con mensajes claros y concisos. Además de ser creativo en el diseño, se debe modificar regularmente. Lo mismo para las fachadas, ya que son la primera carta de presentación. Por consiguiente, debe tener un diseño limpio y ordenado, iluminación adecuada, letreros y señalización claros, uso de colores atractivos, un diseño coherente con la imagen de la marca, y ser accesible para los clientes.

Sea como fuere, es de vital importancia disponer de una farmacia especialmente adaptada a una atención personalizada, con suficientes espacios en los que ofrecer una asistencia de valor y de manera totalmente individual. Para ello, resulta vital que la farmacia disponga de un diseño idóneo en cuanto a espacio, circulaciones y ubicaciones confortables de los clientes. Además, la comunicación visual, desde la fachada hasta el propio punto de venta, debe mostrar de manera muy potente todas las capacidades y servicios que se podrán ofrecer en el establecimiento. Y es que el cliente cuenta con la libertad de elegir su farmacia y, por supuesto, escogerá aquella que muestre más capacidad para resolver sus necesidades puntuales y a lo largo del tiempo.

Más concretamente, el espacio comercial debe ser confortable para la clientela, y esto significa que se debe disponer de circulaciones amplias, espacios diferenciados para atender las diversas necesidades de los clientes y accesos cómodos, tanto a mostradores en zona de consejo, como a espacios destinados a la atención farmacéutica que garanticen la confidencialidad y la comodidad. +