

Objetivo: reformar para mejorar la experiencia del paciente

OFRECER MÁS SERVICIOS, OPTIMIZAR EL ESPACIO, CATEGORIZAR LOS PRODUCTOS O IMPLEMENTAR NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN SON ALGUNAS CLAVES A TENER EN CUENTA A LA HORA DE REDISEÑAR CUALQUIER BOTICA.

Las oficinas de farmacia están sujetas a la planificación y búsqueda de acciones con las que destacar sobre otras boticas si quieren convertirse en un referente entre los pacientes, fidelizarlos y mejorar su rentabilidad, entre otros objetivos. Así lo recuerda la Federación Española de Farmacéuticos Españoles (FEFE) al explicar algunas estrategias y herramientas efectivas para aumentar el potencial de un negocio farmacéutico.

De lo que no hay duda es de que la revolución que han protagonizado la digitalización y las nuevas tecnologías también ha alcanzado al sector farmacéutico, que ha comenzado a implementar procesos y soluciones tecnológicas con el fin de mejorar la experiencia del paciente.

El paciente, en el centro

Ahora bien, igual que abrazar las últimas tecnologías es un paso que los titulares de las farmacias no dudan en dar para evitar quedarse obsoletos, también es necesario plantearse una reforma, total o parcial, para darle un nuevo aire y transmitir nuevas sensaciones. Y es que reformar una farmacia no solo implica cambios estéticos, sino que también puede tener un impacto significativo en la experiencia del paciente, la eficiencia operativa y la calidad de los servicios ofrecidos.



Por ejemplo, puede aprovechar las últimas tecnologías y diseños para mejorar la eficiencia y la comodidad, tanto para el personal como para los pacientes. Desde sistemas automatizados de dispensación de medicamentos hasta áreas de espera más cómodas y acogedoras, una infraestructura moderna puede transformar por completo la experiencia en la farmacia. Una experiencia que se puede enriquecer implementando una zona de atención personalizada (ZAP) donde desarrollar servicios adicionales como medición de la presión arterial, asesoramiento nutricional y dermatológico o deshabituación tabáquica, entre muchos otros.

Que se vea

Una iluminación adecuada es crucial para la seguridad y la salud de los empleados y los pacientes: mientras que una iluminación insuficiente puede aumentar el riesgo de accidentes, como tropezones o caídas, una iluminación excesiva puede causar fatiga visual y dolores de cabeza, lo que afecta negativamente la productividad y el bienestar del equipo. A su vez, también puede influir en el estado de ánimo y el bienestar de las personas: por ejemplo, la luz natural o una iluminación que simula la luz natural, como la luz LED de espectro completo, puede ayudar a

regular los ritmos circadianos y mejorar el estado de ánimo y la productividad. Por su parte, una iluminación cálida y suave puede crear una atmósfera relajante y reconfortante, algo a tener en cuenta en áreas de consulta o atención al cliente.

Y, por supuesto, influye en la percepción sobre la calidad de la farmacia y los productos que ofrece. Nadie duda de que la una iluminación brillante y bien distribuida puede hacer que el espacio parezca más acogedor y profesional, mientras que una iluminación deficiente puede crear una atmósfera sombría y poco atractiva, lo que puede disuadir a las personas de entrar o afectar negativamente su experiencia de compra. Con todo, es importante tener en cuenta que no todo el espacio de la botica necesita la misma iluminación: no es lo mismo el escaparate que los lineales o la zona del mostrador, por lo que es recomendable contar con un experto en la materia para que configure el proyecto más adecuado en cada caso.

En su sitio

La categorización de productos ayuda a mejorar la experiencia del paciente en la farmacia. Al agrupar los productos de manera lógica y coherente, por categorías bien definidas, los clientes pueden encontrar fácilmente lo que están buscando sin tener que recorrer todo el establecimiento. Además, al ubicar productos relacionados en las mismas áreas, se facilita la comparación y la toma de decisiones de compra.

Otro beneficio importante de la categorización de productos es la optimización del espacio y su presentación. Al organizarlos de manera eficiente, se maximiza el espacio disponible en la farmacia y se garantiza una presentación atractiva y ordenada de los productos. Esto no solo mejora la apariencia general de la farmacia, sino que también puede aumentar las ventas al resaltar los productos más populares o promocionales, dedicándoles espacios específicos, como cerca del mostrador.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que la categorización de productos no es un proceso estático, sino que debe adaptarse a las necesidades y preferencias de los pacientes, así como a las tendencias del mercado. Por ejemplo, una farmacia puede optar por agrupar productos según sus beneficios para la salud (como productos para el cuidado de la piel, vitaminas y suplementos), o según la edad o el género del paciente (como productos para bebés, productos para adultos mayores, productos específicos para mujeres, etc.).

A todo color

En el mundo del diseño, los colores no son solo pigmentos en una paleta: son herramientas poderosas que tienen el poder de influir en nuestras emociones, percepciones y comportamientos. En el contexto específico del diseño de farmacias, los colores desempeñan un papel crucial en la creación de un ambiente acogedor, confiable y orientado al paciente. Desde transmitir sensaciones de calma y serenidad hasta promover la confianza y la seguridad, cada uno tiene su propia capacidad para comunicar mensajes sutiles pero significativos.

- **Azul:** evoca una sensación de calma, confianza y profesionalidad, a la vez que transmite seguridad y fiabilidad, algo fundamental para establecer la confianza del paciente en los productos y servicios ofrecidos. Este color se asocia comúnmente con la salud y la medicina, lo que lo convierte en una opción natural para el diseño de farmacias. Además, puede ayudar a reducir el estrés y la ansiedad, creando un ambiente tranquilo y relajante en el que todo el mundo pueda sentirse cómodo y bienvenido.
- **Verde:** es el color de la naturaleza y se asocia con la frescura, la vitalidad y el equilibrio, transmitiendo una idea de salud, bienestar y cuidado del medioambiente. Es especialmente efectivo cuando se utiliza en combinación con elementos naturales como plantas y materiales orgánicos, creando un ambiente que evoca la sensación de estar en un jardín o en la naturaleza.
- **Blanco:** transmite una sensación de pureza, limpieza y claridad. Ayuda a crear un ambiente luminoso, resaltando los productos expuestos y haciendo que el espacio se sienta más abier-

to y accesible para los pacientes. Además, el blanco puede tener un efecto calmante en la mente y el cuerpo, lo que lo convierte en una elección popular para entornos de atención sanitaria.

- **Amarillo:** optimismo, alegría y energía son algunas de las sensaciones que popularmente se asocian a este color. Ideal para crear un ambiente cálido y acogedor, también puede ser estimulante y motivador, lo que lo convierte en una excelente opción para áreas de espera o zonas de consulta donde se desea crear un ambiente enérgico y estimulante. Pero no hay que abusar de él, ya que un exceso de este color puede resultar abrumador o agresivo.
- **Rojo:** puede utilizarse estratégicamente para resaltar áreas específicas o promociones, creando puntos de enfoque visual que atraigan la atención de los pacientes. Sin embargo, no hay que olvidar que el rojo también puede ser un color demasiado dominante, por lo que es importante utilizarlo con moderación y equilibrarlo con colores más suaves y neutros.

Más comunicación

Los monitores digitales representan una innovación tecnológica que está transformando la forma de interactuar con los pacientes. Suponen una herramienta efectiva para proporcionar, por ejemplo, contenido educativo sobre enfermedades comunes, hábitos saludables y medidas preventivas. Otro beneficio importante es su capacidad para promover productos y servicios de manera efectiva, mostrando mensajes publicitarios, promociones especiales, ofertas exclusivas y programas de fidelización, lo que ayuda a aumentar las ventas y a generar ingresos adicionales para la farmacia.

Con todo, es importante destacar que los monitores digitales pueden (y deben) adaptarse a las necesidades y preferencias específicas de cada establecimiento. Por ejemplo, algunas farmacias pueden optar por instalar pantallas táctiles interactivas que permitan a los pacientes acceder a información personalizada, mientras que otras pueden preferir pantallas más simples que muestren información estática o videos pregrabados sobre temas de salud y productos farmacéuticos. También hay que tener en cuenta su localización: en el escaparate, enfocadas en la calle, o cerca del mostrador, acostumbran a ser las zonas más comunes, aunque a la hora de reformar una farmacia, no hay nada escrito. +

LOS COLORES DESEMPEÑAN UN PAPEL CRUCIAL

EN LA CREACIÓN DE UN AMBIENTE ACOGEDOR,

CONFIABLE Y ORIENTADO AL PACIENTE