

2n trimestre 2013 144

LaNOVA revista

CON SEU E OFICIAL D'ESPONSORES
I ESTOMATOLÒGICA DE CATALUNYA

coec.cat

FDM 2013 / European Dental Forum

El principi d'una nova etapa per a l'FDM

Més de 4.300 odontòlegs han visitat el Fòrum Dental



FDM 2013
Comunicacions
Tots els premiats

Exercici professional

Deduccions fiscals
a tenir en compte

Exercici professional

Protecció de dades
en el sector sanitari

Historia de l'Odontologia

L'odontologia
a l'imperi romà

Revista / Bibliografia

Literatura odontològica
del segle XVIII



Clíniques dentals amb una imatge atractiva, reconeguda i diferenciadora

Entrevista a l'arquitecte Tobias Laarmann

La imatge corporativa és la personalitat d'una empresa. Transmet els seus valors, la seva manera de ser, la seva manera de fer les coses i té el poder de convertir un espai en un lloc còmode, agradable i desitjat o bé provocar la sensació contrària. La imatge envia, doncs, missatges constants als pacients i és un element essencial per a l'èxit d'una clínica dental. Tobias Laarmann, arquitecte especialitzat en projectes de disseny residencial, comercial i corporatiu ens endinsa en les noves tendències i ens detalla la reforma i adequació del seu últim projecte: una clínica dental en un local estret a peu de carrer a l'eixample de Barcelona.



Actualment, la bona imatge d'una clínica ja no és una opció ni el privilegi d'uns pocs. Davant un mercat tan competitiu, s'ha convertit en una necessitat.

Quins factors influeixen en l'elecció d'una clínica dental? En què han variat les necessitats dels pacients que cerquen un dentista?

Avui dia, hi ha molts aspectes que influeixen en el pacient. Ja no s'escull una clínica dental perquè estigui al costat de casa o només perquè ofereixi un bon servei. Darrera aquesta decisió, influeixen també aspectes psicològics com el benestar, l'harmonia, la sensació de tranquil·litat, etc. Les clíniques estan ampliant el seu ventall de serveis, i, juntament amb l'oferta de serveis medicodentals, s'ofereixen tractaments d'estètica, entrant en el món de la cura personal i la bellesa. I en aquest nou concepte, la imatge té un paper fonamental. Actualment, la bona imatge d'una clínica ja no és una opció ni el privilegi d'uns pocs. Davant un mercat tan competitiu, s'ha convertit en una necessitat.

Com influeixen aquests canvis en el disseny d'una clínica?

Per crear una identitat exitosa, cal una imatge corporativa sòlida i convincent, basada en un bon disseny i continguts. S'ha de saber transmetre als pacients la filosofia de la clínica, els valors, la identitat, el seu *know-how*. Un bon concepte s'ha de plantejar de forma global, tant en el disseny de l'interior com en la

comunicació. L'objectiu és crear una imatge personalitzada, diferenciadora i inconfusible, i, alhora, una atmosfera atractiva, confortable, lluminosa, satisfactòria i lliure d'estrès. Tot plegat coherent en la seva totalitat.

Quins aspectes principals cal tenir en compte a l'hora de planificar una clínica?

El pacient vol ser rebut amb cordialitat en una atmosfera positiva. El mostrador de la recepció sol ser un mòdul singular de benvinguda exempt de la barrera d'un gran moble. A les sales d'espera, la tendència és eliminar l'aspecte clínic i convertir-les en zones *lounge* amb mobiliari còmode, multimèdia, art, literatura, begudes, etc. Pel que fa a la distribució, s'han d'analitzar les necessitats per crear conceptes cada vegada més orientats al pacient. La combinació dels materials, els colors, les superfícies han de seguir un disseny equilibrat i la il·luminació ha de tenir en compte criteris conceptuals, funcionals i d'eficiència energètica. Cal no oblidar les zones de treball, que requereixen solucions molt contrastades a les dels pacients.

Com es reflecteixen aquests aspectes en el disseny?

En el projecte de la clínica de l'eixample,

la propietària volia una consulta moderna i funcional que al mateix temps transmetés un encant especial i amb un pressupost ajustat. Juntament amb Yolanda Yuste, la meua sòcia i col·laboradora, ens vam marcar com a objectius aconseguir una imatge diferenciadora, elegant però accessible, professional i fresca alhora. Els espais havien de ser amplis i lluminosos i l'ambient càlid i agradable. Amb aquesta finalitat, ens vam proposar un desenvolupament orgànic de la distribució, que suggerís amplitud i dinamisme, i vam crear la il·lusió de moviment, invitant al visitant a endinsar-se a la clínica i descobrir els seus espais.

Vam triar el color blanc com a base i vam afegir-hi pinzellades daurades i de color blau cel, mitjançant elements corporatius com els rètols, els expositors, els detalls de mobiliari i il·luminació ambiental. Tanmateix, vam utilitzar materials atemporals com la laca blanca satinada, acabats laminats per al mobiliari clínic i el paviment continu, i es van combinar amb superfícies que aporten brillantor i calidesa com l'alumini daurat o la fusta de noguer. Amb els colors clars, el llenguatge de formes corbes i la il·luminació indirecta que recorre tots els espais, hi aportem sensació de calma, benestar i equilibri, tant per al pacient com per a l'equip mèdic.

La forma com es rep el pacient, és important?

Sí, per descomptat. El nostre projecte, en tractar-se d'una clínica a peu de carrer, la façana passa a ser la primera trobada visual i és essencial per una bona primera impressió. Definim un tancament de vidre transparent perquè ens semblava important que es veiés l'interior des del carrer. Els elements exteriors, rètols i vinils adhesius, són pocs i forts per provocar una major impacte visual. Quant el pacient entra, es troba amb una recepció de mostrador blanc de formes arrodonides amb un sòcol daurat. Un conjunt d'armaris murals oculta els equips i emmagatzematge, de manera que el mostrador resti sempre net i ordenat. A més, vam crear una figura rodona en forma de núvol que eleva el fals sostre i li aporta amplitud i il·luminació indirecta. La sala d'espera està moblada en tons blancs i fusta de noguer, la qual cosa ofereix aquella sensació de calma i comoditat que cerca el pacient.

Per crear una marca i un interiorisme fort, és important treballar conjuntament amb un equip gràfic, per poder desenvolupar conceptes al voltant d'una idea comuna que, un cop definida, s'expandeixi a tots els camps.

Per crear una marca i un interiorisme fort, és important treballar conjuntament amb un equip gràfic, per poder desenvolupar conceptes al voltant d'una idea comuna que, un cop definida, s'expandeixi a tots els camps.



Una clínica que hagi invertit en disseny augmenta la seva producció entre un 36% i un 40 %

Quines funcions pot assumir l'arquitecte pel que fa a la imatge d'una clínica?

Els nostres clients valoren que puguin rebre tots els serveis per part d'un únic professional. Des de la primeres idees de distribució, dissenys 3D, concepte de materials, ergonomia, disseny del mobiliari, planificació de la instal·lació elèctrica i concepció luminotècnica, acústica i obtenció de llicències fins a l'execució de l'obra. Incloent-hi també el desenvolupament de tota la identitat corporativa gràfica, des del naming i el logotip, fins a la creació de papereria, pàgina web i elements corporatius. Per crear una marca i un interiorisme fort, és important treballar conjuntament amb un bon equip gràfic, per poder desenvolupar conceptes al voltant d'una idea comuna que, un cop definida, s'expandeixi a tots els camps. D'aquesta manera, es reforça la marca, és més potent i els clients perceben una afinació absoluta entre l'espai i la marca.

Pot el disseny d'una clínica millorar el seu rendiment econòmic?

Està demostrat que és així. Una clínica que hagi invertit en disseny augmenta la seva producció entre un 36% i un 40%. Estem passant un moment econòmic complicat i és imprescindible renovar la imatge per diferenciar-se de la competència. Una clínica que hagi invertit en disseny augmenta la seva producció entre un 36% i un 40 %

Quines tendències veu de cara al futur?

Un disseny net, cada vegada més acurat i exigent, amb conceptes forts vinculats al

benestar del pacient. El disseny clínic es veu substituït per espais *lounge*, sofisticats, associats a la bellesa i a l'atenció personal. I l'estil s'està tornant universal, adaptat a un pacient internacional cada dia més present en el nostre mercat.

Quines recomanacions donaria a un facultatiu que vol obrir la seva primera clínica?

En primer lloc, li recomanaria que analitzés bé el lloc on vol situar el futur negoci, i que tingués en compte aspectes com el flux peatonal, la bona visibilitat o la competència que hi ha.

En segon lloc, posar-se en mans d'un professional capaç de fer un plantejament global del seu projecte, incorporant criteris de màrqueting i disseny per crear una identitat forta i aconseguir un bon posicionament del negoci des de l'inici.

Que no accepti compromisos. Tant en una reforma parcial com integral, un disseny individualitzat i uns acabats acurats no signifiquen un augment del cost. Al contrari, una bona planificació inclou l'optimització dels recursos disponibles, tant de l'espai existent com del pressupost i tots els aspectes funcionals i estètics.

I, finalment, que confii que l'esforç dedicat a aconseguir un correcte plantejament i la seva aplicació, mà a mà amb el professional de confiança, serà la base del seu negoci i la clau del seu èxit.

YLAB arquitectes
www.ylab.es

ANUNCI INFOMED (pendent)