

Dermofarmacia: crecimiento, rentabilidad y consejo experto

POCOS SEGMENTOS DE LA FARMACIA CRECEN AL RITMO QUE LO HACEN LAS VENTAS LIBRES EN DERMOFARMACIA, REPRESENTANDO UN GRAN VALOR AÑADIDO. HAY MOTIVOS DE SOBRA PARA ESPERAR QUE ESTE CRECIMIENTO SE MANTENGA, Y LOS PROFESIONALES FARMACÉUTICOS DEBEN ESTAR PREPARADOS PARA ELLO.



Según los últimos datos de mercado publicados por Stanpa (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética), el consumo de perfumes y cosméticos creció un 2,15% durante 2017, hasta los 6.820 millones de euros en nuestro país, siendo el cuidado de la piel la categoría con más peso en el total del mercado (28% del total del mercado), seguida de la higiene personal (24%), dos de las categorías con más presencia en las farmacias. En cuanto a los canales de venta, el consumidor apuesta mayoritariamente por establecimientos donde pueda recibir asesoramiento, con excepción de los productos de higiene, para los que no necesita un consejo tan especializado, ocupando la farmacia la segunda posición (22%) en cuota de mercado.

La mayor renta de los hogares, una vez confirmada la lenta pero segura recuperación económica; y también el creciente interés que existe por

la dermocosmética, el autocuidado y la salud y el bienestar en general, auguran un prometedor futuro del segmento de la dermofarmacia. Ahí es donde los farmacéuticos tienen una excelente oportunidad para hacer valer sus conocimientos, y especialmente la profesionalidad y seguridad que buscan los clientes que entran en una farmacia.

El servicio y la atención que ofrece la farmacia es un aspecto diferencial radical con respecto a cualquier otro establecimiento no sanitario, por eso es imprescindible saber recomendar los productos que el farmacéutico tiene a su alcance de manera individualizada y adaptada a las necesidades de cada paciente, sin perder por el camino el prestigio profesional que lleva asociado. Este servicio es una de las vías más interesantes de las que dispone el farmacéutico comunitario para desarrollar su prestigio profesional, cuidar de la salud de la piel de sus pacientes y, a la vez, ob-

tener un beneficio económico mayor que con la dispensación de medicamentos, fidelizando a sus clientes.

En la precisión y claridad con la que se informe, en los servicios de valor añadido que sea capaz de prestar, y en la capacidad para recomendar productos radicaré el éxito de la apuesta del farmacéutico por la dermofarmacia.

Consejo

Cuando se enfrenta un problema dermatológico, el paciente se suele decantar por acudir antes al farmacéutico que al médico de atención primaria o al propio especialista en la materia. No se trata solo de una cuestión de cercanía: en el 61% de las consultas recibidas, el paciente no requirió derivación, y su problema dermatológico pudo resolverse gracias al consejo del farmacéutico.

Existe un desconocimiento generalizado de las patologías dermatológicas, y el paciente tiende a concederles menos importancia que a otras dolencias, erróneamente convencido de la creencia de que el cuidado de la piel ha de limitarse a la fotoprotección. Este infracuidado de la supone, a la vez, un reto y una oportunidad para el farmacéutico comunitario, que puede y debe actuar con eficacia tanto en las fases iniciales como en aquellos estadios en los que ya existe un diagnóstico previo por parte del médico o del dermatólogo.

Resulta muy importante, además que la actuación esté protocolizada de acuerdo a criterios profesionales, que lleven al farmacéutico a conocer y seleccionar productos cosméticos acordes al establecimiento sanitario que es la farmacia. En aquellos casos que lo requieran, el farmacéutico debe llevar a cabo un seguimiento, junto con consejos individualizados de utilización y hábitos de vida saludables.

Entre las afecciones dermatológicas más frecuentes en España, la dermatitis atópica (cuya incidencia se ha triplicado en los treinta últimos años) es la que ofrece mayor número de consultas (27%), seguida de la alopecia (21%), hiperpigmentación (11%), acné y psoriasis (5%), caspa (6%) y rosácea (4%).

En la precisión, servicios de valor añadido y capacidad para recomendar radicaré el éxito de la apuesta del farmacéutico por la dermofarmacia

Otro aspecto imprescindible en este consejo es la formación, teniendo en cuenta que en la oficina de farmacia, antes de implementar el servicio, debe haber detrás uno o dos farmacéuticos especializados, formados, actualizados y motivados para ofrecerlo, además de disponer de un pequeño espacio diferenciado (Zona de Atención Personalizada), un completo surtido de productos de eficacia demostrada y un plan de fidelización.

Auge

Los laboratorios especializados en la fabricación y comercialización de productos dermofarmacéuticos, que están en continuo proceso de I+D+i, actualizan periódicamente su gama de productos y contribuyen con nuevos artículos de gran calidad al auge de esta categoría en la farmacia. Por otro lado, al comprometerse a fomentar el conocimiento de esos nuevos productos, garantizan su eficacia y colaboran con la actuación profesional del farmacéutico, por lo que ambos comparten la responsabilidad de mantener con su dispensación la protección de la salud y la seguridad de los usuarios como objetivo prioritario.

El farmacéutico, como experto en dermofarmacia, informa a los pacientes sobre las indicaciones, posibles alergias o intolerancias,

empleo adecuado..., y resuelve los interrogantes que puedan tener sus clientes. Asimismo, en caso necesario puede elaborar una fórmula cosmética individualizada gracias a la formulación magistral, o remitir al paciente al médico especialista para someter a su consideración cualquier incidencia detectada.

La cartera de servicios en dermofarmacia, ofrecida a los pacientes es, a la vez, la manera más profesional de cuidar de la salud de su piel y de fidelizarlos a nuestra farmacia comunitaria. Los pacientes valoran muy positivamente el servicio que reciben, así como el valor añadido que su farmacéutico, como profesional de la salud acreditado, aporta al producto en sí, incorporando un elemento diferenciador muy importante de otros canales de venta de los productos dermofarmacéuticos. Éste es uno de los principales motivos de que los pacientes prefieran acudir a la farmacia cuando necesitan algún producto para la piel, porque en ella reciben, además del producto, el consejo y seguimiento (incluida la cosmetovigilancia) de su farmacéutico experto, que, siguiendo un protocolo de atención farmacéutica en dermofarmacia, cuida de su salud en todos los aspectos, de forma integral y profesional, no guiándose por el mero espíritu comercial o de moda, que puede mover a los responsables de otros sectores. +

Existe un desconocimiento generalizado de las patologías dermatológicas

