

JOSÉ LUIS BARRERA, DIRECTOR DE MARKETING DE DELAPIEL

# “El verdadero lujo es una piel natural”

DELAPIEL LLEGÓ AL MERCADO ESPAÑOL A MEDIADOS DE FEBRERO DE 2018 CON SU PRIMERA REFERENCIA, Y AHORA MISMO SE ENCUENTRAN EN PLENA FASE DE EXPANSIÓN. SU OBJETIVO ES ESTAR PRESENTE EN TODAS LAS CIUDADES ESPAÑOLAS, CREANDO UNA RED DE FARMACIAS INNOVADORAS.

Para ello, identifican las mejores farmacias de cada ciudad, aquellas que por sus características tienen un alto grado de implicación, prescripción e innovación, para establecer relaciones directas de colaboración.

*“Para nosotros no existe la relación proveedor-cliente, somos partners”, nos explica **José Luis Barrera**, director de marketing de Delapiel, con quien hablamos de la posición del laboratorio en el mercado. “Laboratorios Delapiel es mucho más que alta dermocosmética de farmacia. Nuestra posición en el mercado se define desde una triple perspectiva: por su origen, 100% desarrollada en España; por su contribución al desarrollo, vinculada directamente con el desarrollo formativo de las universidades españolas y fomento de la innovación profesional en el sector farmacéutico; y por su formulación, sin perfume ni alérgenos, para el cuidado de las pieles más sensibles. Con concentraciones y combinaciones eficaces. Con una convicción: el verdadero lujo es una piel natural”.*

## Innovación

Sencillez, naturalidad, belleza y salud son algunas de las palabras clave que les inspiran; y la innovación es uno de los pilares de la marca. Tal y como argumenta Barrera, *“la innovación se mide por sus resultados. Innovar es combinar mejor, elegir mejor, contar historias mejor. Innovamos cuando investigamos, y casi siempre innovar es una actitud ante la vida. Salgamos a la calle con algo nuevo y veremos inmediatamente como hay gente que se aproxima al cambio con la mente abierta y dispuesta a analizar las bondades de la novedad. Así es nuestra marca y nuestras farmacias Delapiel: innovadoras, exclusivas, únicas. La innovación acaba cuando empieza una nueva innovación. El éxito de una innovación se mide por sus resultados”.*



José Luis Barrera

Al consumidor le ofrecen tendencia y moda, y la esencia de la marca, el cuidado de la piel mostrando su mejor versión al natural, volviendo a lo básico, y aprovechando que ahora mismo es tendencia mostrarse tal cual uno es. En definitiva, concentración de activos de alta calidad, sin perfume ni sus alérgenos.

Un valor añadido que les hace únicos en el mercado, en palabras del director de marketing. *“La diferencia no está solo en el qué, también está en el porqué. La diferencia Delapiel está en cada una de las pequeñas partes que forman el todo. Se trata de una marca que nace con vocación de apoyar el desarrollo formativo universitario; además, Delapiel es esencia, combinación exquisita y cuidados de-la-piel; y finalmente Delapiel es un equipo joven, dinámico, con ganas. Es sinónimo de oportunidad”.*

## innovación

### Farmacia

Desde el laboratorio defienden que su misión es dar visibilidad con mayúsculas al canal farmacia, contribuyendo a atraer nuevos clientes. Toda su estrategia está enfocada al canal, entendiendo que el corporativismo de una marca pasa a un segundo plano para hacer protagonista indiscutible al canal de venta. *“Por eso presumimos de ser 100% de la farmacia. Esta es la era de los ‘influencers’ y venimos a reivindicar este título para todos aquellos profesionales que vienen siendo los mayores prescriptores desde hace décadas: farmacéuticas y farmacéuticos. Con esta convicción, Laboratorios Delapiel trabaja para que todas sus plataformas de difusión sean plataformas de prescripción directa. Este es el principal valor de un farmacéutico y además sabemos que ‘la sombra de la prescripción es alargada’ y mucho más hoy en día, gracias al desarrollo tecnológico. Las paredes de la oficina de farmacia pueden ser un freno al desarrollo y la evolución natural que vive el mercado, por eso, estamos convencidos que solo aquellas farmacias innovadoras, modernas y tecnológicas serán las que destaquen en la próxima década de los nuevos maravillosos años 20”*, afirma convencido Barrera.

Además, la formación está en el mismísimo corazón Delapiel. Nacen con un vínculo muy especial con la Universidad Complutense de Madrid, y en esta línea son impulsores directos del primer programa superior universitario en Marketing Farmacéutico e Innovación en la Gestión Comercial. *“Esta va a ser la mayor contribución a la innovación en la formación de alta cualificación para farmacéuticos. Laboratorios Delapiel estará ahí”*, anuncia el director de marketing.

Respecto a los hábitos del compra, prefieren hablar de evolución y no de cambios. *“Es obvio que la farmacia debe concienciarse de una vez que el éxito pasa por generar experiencias, impacto y prescripción de valor. Todo esto pasa*



*necesariamente por entender que el cliente de la farmacia ya no es tanto un paciente enfermo y sí un cliente sano. El cliente de la farmacia entra dispuesto a escuchar, y eso no ocurre en todos los puntos de venta. Más importante aún: el cliente de la farmacia sale dispuesto a poner en práctica los consejos del farmacéutico. Solo cuando vuelvan, sabremos que nuestra estrategia ha sido un éxito”*.

### Producto innovador

Delapiel es mucho más que una fórmula exquisita. Es la sensación que produce en el rostro, es la seguridad de la prescripción del farmacéutico o dermatólogo, es el sentimiento de usar un producto de altísima calidad desarrollado en España, es la satisfacción de mirarse al espejo y ver la piel jugosa, iluminada y sana.

Por todo esto, las ampollas Delapiel no son un producto formulado para la piel, sino que son 100% Delapiel. Así nos habla de sus características Barrera. *“6% de proteoglicanos, 5% de Vitamina C + Vitamina E + Vitamina F, Colágeno Marino y protección solar. Como nos dicen nuestras farmacias: ‘nos gustan tanto por lo que tienen, como por lo que no tienen: 0% perfume ni sus alérgenos! Los proteoglicanos*

*son la esencia del ‘oro blanco Delapiel’. Nos gusta llamarlo la macromolécula de la juventud. Si nos ceñimos a su definición más científica, son capaces de absorber hasta 1.000 veces su peso molecular en agua. En otras palabras, actúan como una esponja capaz de retener agua, que nuestra propia piel se encarga de distribuir para hidratar y ayudar a rellenar las arrugas de la piel. Ese efecto buena cara, piel descansada y viva”*.

Los activos Delapiel permiten introducir la alta dermocosmética en ampollas en clientes con pieles más delicadas. Se han establecido protocolos en pieles con dermatitis seborreica y rosácea con resultados extraordinarios.+



“El éxito de una innovación se mide por sus resultados”