

# “La población es cada vez más consciente del cuidado de la piel, por eso la dermofarmacia está en alza”

LA INVERSIÓN EN INNOVACIÓN ES EL SELLO DE IDENTIDAD DE LA FARMACIA AZNAR RUIZ. SU LEMA EL ‘ABORDAJE INTEGRAL DEL PACIENTE’ ESTÁ PRESENTE EN CADA UNO DE LOS 220 M<sup>2</sup> DE ESTA BOTICA QUE CUENTA ADEMÁS CON UNA ZONA SEMIPRIVADA PARA LA ATENCIÓN PERSONALIZADA DONDE SE REALIZA EL ANÁLISIS DERMATOLÓGICO O LA MEDICIÓN DE GLUCOSA. TODO CON EL FIN DE OFRECER UNA ASISTENCIA INTEGRAL BASADA EN SERVICIOS PROFESIONALES Y EN LA VANGUARDIA EN TECNOLOGÍA



Situada en una de las zonas más exclusivas y turísticas de Málaga, la farmacia Aznar Ruiz se encuentra en el Centro Comercial Muelle Uno. Su gestor, **Sergio Aznar** nos cuenta los comienzos: *“Nosotros adquirimos la farmacia hace 5 años, era una botica de toda la vida en el centro de Málaga donde se vendía sólo medicamentos; poco a poco fuimos introduciendo servicios como la cesación tabáquica, la nutrición, la revisión del uso de medicamentos, entre otros, que nos han permitido ampliar el surtido de productos”.*

### Nuevos servicios

Innovación y profesionalidad son elementos esenciales del crecimiento exponencial de un modelo que ha demostrado ser eficaz y sostenible. *“Cuando decidimos trasladarnos a la Zona del Muelle Uno, que es lo más nuevo y moderno de la capital malagueña, estábamos pensando en aumentar la cartera de servicios y ofrecer unas instalaciones más adecuadas a nuestra oferta”.* Servicios que como la nutrición deportiva requieren de inversión y sobre todo de formación especializada. *“La apuesta por la aparatología de última generación es una de nuestra grandes metas, por eso contamos con dispositivos como dermoanalizador, microvisor, cooxímetro, COPD6, balanza, etc.”.*



Sergio Aznar y su equipo

*del cuidado de la piel, por eso la dermo tiene mucha proyección”.* Junto a ella, también crecen los productos relacionados con complementos y suplementos nutricionales, *“porque cada vez nos encaminamos a prevenir posibles enfermedades con tratamientos preventivos naturales”.*

### “LA APUESTA POR LA APARATOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN ES UNA DE NUESTRA GRANDES METAS”

En total 13 servicios acompañados de una atención profesional personalizada. *“Hoy en día la adaptación al cliente, proporcionarle una atención individualizada es fundamental”*, sostiene Sergio Ruiz, y añade: *“Entre mis rincones favoritos está lo que nosotros llamamos Beautypoint, una zona semiprivada donde realizamos servicios como el análisis dermatológico y capilar o la medición de glucosa y del colesterol, y donde el cliente se siente único”.* Además, farmacia Aznar Ruiz cuenta con una sala de nutrición donde se elaboran tratamientos de dietas de adelgazamiento, deportiva e infantil.

### Modernas instalaciones

La necesidad de configurar un espacio confortable que vaya acompañado de un servicio integral pero al mismo tiempo diferenciador es una de las claves del éxito. *“Nosotros hemos optado por construir un entorno acogedor y eficiente. La obra ha sido nueva y el diseño lo hemos realizado nosotros mismos”.*

En cuanto a los servicios, los medicamentos representan el 50% del mercado, mientras que otras secciones como la dermofarmacia están al alza. *“La población cada vez es más consciente*





### Personalización

La personalización es otro de los elementos esenciales en la farmacia del futuro. *“Para que un cliente sea fiel lo más importante es la atención que recibe en cada visita. Pero a ello hay que sumarle algunos complementos que te hagan diferente como negocio de los demás, como es la tarjeta de fidelidad con grandes descuentos, sorteos exclusivos, etc., que en nuestro caso ya tienen más de 2000 clientes”.*

Además de estas acciones de fidelización farmacia Aznar Ruiz está muy presente en las redes sociales (Facebook, Google Plus e Instagram) y en la web con información sobre consejos farmacéuticos, promociones, etc. *“La diferencia fundamental que aportamos en nuestra farmacia es el trato individualizado, ya que en las nuevas instalaciones disponemos de equipamiento con tecnología moderna que nos permite atender al cliente de forma privada y personalizada”.*

### Diversificación

Personalización sí, pero también diversificación, de ahí que uno de los retos más importantes del mercado para los próximos años sea la diversificación de servicios. *“De cara al futuro veo grandes cambios en el mo-*

*delo de negocio y una mayor exigencias por parte de la clientela. Estos cambios se refieren a la venta de calidad y a la venta por precio en internet, lo cual a su vez conlleva la existencia de un cliente más informado, exigente y que demanda más servicios”.*

Precisamente su lema ‘Abordaje Integral del Paciente’ apuesta por servicios que aporten soluciones a las nuevas necesidades de la población actual. Así, la farmacia Aznar Ruiz integra prestaciones que son complementarias al medicamento y que

**“CADA VEZ NOS ENCAMINAMOS A PREVENIR POSIBLES ENFERMEDADES CON TRATAMIENTOS PREVENTIVOS NATURALES”**



**Descárgate nuestra app**  
FARMACIA AZNAR RUIZ

**¡Gratis!**

Y disfruta de todas nuestras ventajas y promociones especiales  
**¡únicas en la app!**

- Pedido Express
- Consejos y Seguimiento de tu salud
- Reserva tus diagnósticos
- Promociones y ofertas

¿Quieres tener más ventajas en nuestra farmacia?  
**¡SOLICITA!**  
Nuestra tarjeta cliente VIP  
**¡Y disfruta de todas sus ventajas!**

aportan valor añadido, como es el caso del programa de cesación tabáquica o el maquillaje dermocosmético. *“El lema lo acuñamos cuando empezamos a ampliar nuestra cartera de servicios, ya que el paciente acude a nosotros por un problema de medicación que está relacionado con la piel, el cuero cabelludo, con la voluntad de dejar de fumar o con la bajada de peso”,* afirma Sergio Ruiz, y concluye: *“En cierta manera nuestra forma de ver al paciente tiene que ver con todo lo que hace la persona: estilo de vida, nutrición, ejercicio y hábitos de vida”.*

## Innovar

Pero además de estas novedades en los servicios también se está impulsando el desarrollo y crecimiento de otras especialidades. *“Hemos detectado que hay secciones con gran proyección como es el caso de la cosmética. Por eso estamos elaborando una línea de cosmética realizada por nosotros mismos que sirva para complementar el análisis dermatológico; también nos planteamos dentro de unos años la venta on-line”.*

Y en cuanto a la manera de implantar los productos nuevos, *“lo primero es analizar el mercado donde están situados, buscar uno de los servicios que tenga demanda o tenga potencial de tenerla porque en la zona no exista algo similar –por ejemplo análisis capilar, análisis facial, dietética, productos naturales–, y una vez detectado, formarse específicamente en ello y poner en marcha el servicio”,* admite, pero advierte: *“No se trata de una cuestión que se vaya a ver de inmediato, lo ideal es focalizar la implantación de un servicio por año, de manera que cuando menos nos demos cuenta tenemos un abanico amplio de servicios”.*+

**“PARA QUE UN CLIENTE SEA FIEL LO MÁS IMPORTANTE ES LA ATENCIÓN QUE RECIBE EN CADA VISITA”**

# DOBLE ACCIÓN CONTRA EL ESTREÑIMIENTO OCASIONAL



Para adultos,  
1 ó 2 sobres al día  
según necesidad



Para adultos y  
adolescentes mayores  
de 12 años



**Emuliquen Laxante** ha combinado la **parafina líquida** de acción lubricante, emoliente y protectora de la mucosa intestinal y el **picosulfato de sodio**, que actúa estimulando el peristaltismo del colon. Una fórmula con acción plastificante que refuerza el hábito natural de la defecación. Indicado para casos de estreñimiento ocasional.

**LAINCO**.s.a.

Avda. Bizet, 8-12 · 08191 RUBÍ (Barcelona) · www.lainco.es

No administrar más de 6 días seguidos sin consultar al médico.  
Lea las instrucciones de este medicamento y consulte a su farmacéutico.

