

# Faes Farma HealthCare, a disposición del farmacéutico

CON LA ADQUISICIÓN DE LABORATORIOS DIAFARM, EL NUEVO CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE LA DIVISIÓN HEALTHCARE CONSOLIDA CATEGORÍAS EN LAS QUE FAES FARMA YA ESTABA PRESENTE Y LO AMPLÍA CON NUEVAS ÁREAS TERAPÉUTICAS. TODO ESTO LES PERMITE FORTALECER Y AFIANZAR LA RELACIÓN CON LOS FARMACÉUTICOS Y MÉDICOS, QUE SON DOS EJES FUNDAMENTALES DE SU ACTIVIDAD. IGUALMENTE, LES ACERCA AL CONSUMIDOR CON MARCAS NOTORIAS Y MUY RECONOCIDAS.



**C**ambios que han requerido *“adaptación, flexibilidad, intensidad y aprendizaje”* por parte del equipo de Faes Farma. 2018 fue un año de cambios importantes para la compañía. **Francisco Quintanilla**, su *director general*, explica que, tras la compra de Laboratorios Diafarm en junio del 2017, se ha estado trabajando profundamente en el estudio de sinergias, unificación y reorganización de equipos y adaptación a nuevas metodologías de trabajo. Fruto de esta intensa tarea de integración, a mediados del pasado año, se constituyó la división de Faes Farma HealthCare, un equipo comercial ampliado con un nuevo catálogo reforzado en productos OTC. *“Este gran equipo de ventas nos permite afianzar nuestra disposición de servicio al farmacéutico”*, afirma. *“En Faes Farma, siempre hemos reivindicado nuestro papel protagonista en el ámbito ibérico de la*

**Francisco Quintanilla**

## “EN FAES FARMA, SIEMPRE HEMOS REIVINDICADO NUESTRO PAPEL PROTAGONISTA EN EL ÁMBITO IBÉRICO DE LA SALUD”

salud y esta operación refuerza dicho posicionamiento”, subraya. ¿Considera que su actual oferta OTC completa el círculo perfecto para Faes Farma? Quintanilla responde que históricamente Faes Farma ha trabajado principalmente productos en las categorías OTC de las áreas ORL, vascular y digestivo. “El médico y farmacéutico han jugado un rol decisivo en el desarrollo de estos productos”, insiste. Su recomendación activa, “fruto de la seguridad, calidad y eficacia que los productos Faes Farma han demostrado a lo largo de los años”, ha facilitado un desarrollo importante de estos productos y categorías. “Actualmente; ampliamos nuestra oferta, con productos que refuerzan las categorías que ya se trabajaban y ampliamos nuestro surtido con nuevas áreas terapéuticas”, informa. Se refiere a áreas complementarias y con un papel relevante en el mercado Consumer Health, como laxantes, nutrición o caramelos balsámicos entre otras.

Ricola, Roha, Flores de bach y Rescue son marcas que ahora Faes Farma distribuye en España. “La relación profesional que tenemos con nuestros socios propietarios de estas marcas es muy duradera. Conjuntamente construimos su desarrollo, gracias al conocimiento y sinergias que nuestros socios nos aportan y al conocimiento del sector, consumidor y tendencias de mercado que tiene Faes Farma”, asegura. De acuerdo con sus palabras, “estas marcas gozan de una posición relevante y notoria en la mente del profesional de la salud y del consumidor”. En Faes Farma seguirán desarrollando activamente sus acciones de formación, visibilidad y creación de la demanda; al igual que con el resto de marcas del catálogo OTC.

### Productos innovadores y de alta calidad

Preguntamos al director general por los lanzamientos que esperan tener para 2019. Adelanta que la compañía apostará por el desarrollo y lanzamiento de “productos innovadores y de alta calidad”, que ofrezcan beneficios clínicos en las áreas terapéuticas en las que tienen experiencia y una posición relevante. “Para ello es clave nuestra apuesta en I+D+i, el trabajo con universidades y centros tecnológicos, así como los acuerdos estratégicos con socios comerciales de marcas en distribución y licencias”, puntualiza. De hecho, el año pasado se firmó un acuerdo de licencia con GlaxoSmithKline, que les ha posibilitado lanzar recientemente, en el

## Valores

“La actual Faes Farma mantiene y afianza los valores que desde 1933 nos han caracterizado y acompañado en nuestro desarrollo, que son la búsqueda permanente de la excelencia, la constante persecución de una calidad farmacológica y el consecuente esfuerzo por ofrecer siempre soluciones altamente eficaces para los pacientes”, expone Francisco Quintanilla. El director general de la compañía hace hincapié en que además les caracteriza su disposición al servicio del médico y el farmacéutico. Esto se materializa con un gran equipo comercial que les garantiza poder dar servicio directo prácticamente a la totalidad de las farmacias españolas. A sus valores de seriedad, responsabilidad, calidad, servicio y rigurosidad científica; se suma “el reto de conocer y estrechar la relación directa con el consumidor” a través de la ampliación de su catálogo OTC, con productos y marcas notorias que buscan prevenir y mejorar la salud y el bienestar.

área de prescripción, una línea de tratamientos de gran alcance para asma y EPOC por vía inhalada.

“Es un hecho que el mercado Consumer Health se caracteriza por su dinamismo en lanzamientos y novedades, y en ese sentido, y teniendo en cuenta el posicionamiento reforzado que actualmente tiene Faes Farma en este mercado, se esperan varios

lanzamientos en marcas OTC”, avanza. A finales del año pasado lanzaron al mercado nuevas referencias funcionales de Ricola que, además de suavizar la garganta, también ayudan a las defensas. De cara al 2019, la estrategia de Ricola sigue este camino y se presentarán nuevos productos con posicionamiento funcional. Otras marcas con novedades serán Siken, Arnidol, Vitanatur y Otifaes Taponox entre otras. Todo está preparado.

En definitiva, Faes Farma quiere consolidar su posicionamiento en el mercado, con un catálogo ampliado de marcas líderes en categorías clave que ayuden al médico,

farmacéutico y consumidor a reconocer sus productos. De la misma manera, se pretende reforzar la marca Faes Farma como sinónimo de seguridad, calidad y eficacia a nivel nacional e internacional. +



**“RICOLA, ROHA, FLORES DE BACH Y RESCUE GOZAN DE UNA POSICIÓN NOTORIA EN LA MENTE DEL PROFESIONAL Y DEL CONSUMIDOR”**