

El compromiso de FENGHI es ofrecer productos e información de calidad excepcional

EN UN ENTORNO CADA VEZ MÁS CAMBIANTE, FENGHI SE PROPONE IR DE LA MANO DE LOS FARMACÉUTICOS PARA COMUNICAR LOS BENEFICIOS DE SUS ACEITES ESENCIALES A SUS CLIENTES. SU OBSESIÓN ES PONER A LA DISPOSICIÓN DE SUS SEGUIDORES LAS MEJORES MATERIAS PRIMAS QUE HAY EN EL MERCADO. TODO ELLO, CON COMPROMISO BIO.

La aromaterapia y los aceites esenciales son un mundo fascinante que se encuentra entre la botánica, la bioquímica y la fitoterapia. En el corazón de FENGHI, cuya prioridad es ofrecer aceites esenciales de la más alta calidad, hay una doble pasión.

Frederic Stassart, su fundador, explica que una es la "pasión por las plantas, la naturaleza y, obviamente, sus implicaciones en el canal farmacéutico". Es decir, la fitoterapia científica. La otra es la "pasión por el ser humano", porque "el saber hacer de los productores que encontramos en el mundo entero no tiene límites". "Divulgar los beneficios de sus fabulosos productos a nuestros seguidores es nuestra razón de ser", señala. Trabaja únicamente con productores y proveedores apasionados, que entienden de aceites esenciales y que respetan los procesos de producción.

Destaca que esta fascinación por los aceites esenciales viene de muy lejos. Relata que fue en Cabris, un pueblo francés situado justo encima de Grasse, la capital mundial de los perfumes, donde nació su pasión por los aromas. "Los olores y los procesos de extracción de todas las plantas procedentes de los cuatro rincones del mundo me fascinaban", dice. Conmovieron su infancia y nutrieron la mirada apasionada que siempre ha tenido por la naturaleza.

Después de viajar por todo el mundo para empresas multinacionales, decidió cambiar de rumbo y crear una compañía moldeada alrededor de sus pasiones y de sus valores. Todo lo que hacen en FENGHI desde el primer día gira alrededor de valores tales como: "Autenticidad, integridad, calidad de los productos y enfoque hacia las personas (human centric)". "Nuestra obsesión es enseñar los beneficios de las plantas y poner a la disposición de nuestros seguidores las mejores materias primas disponibles en el mercado. Queremos conectar emocionalmente con nuestro público", subraya. Su foco y su compromiso es ofrecer productos e información de calidad excepcional.





Frederic Stassart

Cómo FENGHI ayuda a las farmacias

FENGHI es una nueva fuente de ingresos para contrarrestar la pérdida de facturación generada por la crisis y un entorno cada vez más complicado.

Ayuda a mejorar el *cash flow*. Los retrasos de reembolso del Sistema de Salud generaron muchos problemas de tesorería durante la crisis. "FENGHI trae rentabilidad, ya que los márgenes son más altos en este segmento", destaca Frederic Stassart. Añade que estas ventas proporcionan ingresos de manera inmediata y empujan hacia la diversificación.

El farmacéutico, después del bombero, es el profesional más valorado. Mucha gente cuenta con su farmacéutico para recibir consejos sanitarios. Ser capaz de informar a sus clientes sobre productos como FENGHI está muy bien percibido por la población. "Da un valor añadido enorme al punto de venta", defiende su fundador. De cara a sus clientes, el farmacéutico no sólo tiene el papel de dispensadores de medicamentos. Aporta valor.

La sociedad está cada vez más formada e informada en temas relacionados con la salud por lo que demanda servicios de calidad y eficientes.

Referente digital

Había información de muy buena calidad en muchos libros. No tanto en Internet. No es nada sencillo encontrar "hubs" de calidad que intentan reunir a los aficionados de fitoterapia y aromaterapia. FENGHI nació "con el compromiso firme de taparse hueco y de ser el referente digital para todos los apasionados de plantas y de aceites esenciales".

Por eso, desde FENGHI insisten tanto en la palabra *seguidores*, "que es un término que va mucho más allá del simple cliente". Quieren que la gente les siga por la calidad de la información que dispensan y que forme parte de su comunidad de apasionados.

Además, este proyecto nació en un momento muy interesante. Hay una mega tendencia

mundial que coincide con lo que están haciendo. Está el entusiasmo por el wellness (salud y prevención) y por el well-being (bienestar emocional, felicidad), que va mucho más allá de la segmentación por generaciones (baby boomers, millenials, generación Z, etcétera). Existe una verdadera "transversalidad" que supera esta segmentación tradicional.

Stassart precisa que los perfiles de los seguidores de FENGHI son muy diferentes. Hay gente con más de 65 años que quieren cuidarse cada vez más. Hay madres de familias que quieren disminuir el uso de moléculas químicas en sus niños y que abren el paso a las medicinas naturales. En ese sentido, cada vez hay más madres interesadas en la aromaterapia. Hay treintañeros que consideran la aromaterapia como un ele-

mento más de todo lo que están haciendo para llevar un estilo de vida cada vez más saludable (deporte, comida sana, meditación, etcétera). El fundador de FENGHI hace hincapié en que "la fitoterapia y los aceites esenciales entran de lleno en esta mega tendencia mundial".

FENGHI se plantea caminar junto con los farmacéuticos para ayudar a la población a preservar su salud y mejorar su calidad de vida en general. En un entorno cada vez más cambiante, se proponen ir de la mano de los farmacéuticos para comunicar los beneficios de las plantas a sus clientes. "Lo hacemos de una manera original, moderna e innovadora, adaptada a las nuevas generaciones", asegura. Se traduce en nuevas herramientas de acercamiento y de comunicación a su público.

El fundador de FENGHI advierte de que "la eficacia de los aceites esenciales es cada vez más reconocida entre los terapeutas". A su entender, esto implica que, en los últimos años, su popularidad ha ido creciendo. "El hecho de que los aceites esenciales sean productos fáciles de conseguir en farmacias, herboristerías o Internet no tiene que hacernos olvidar que éstos son productos muy potentes, cuya utilización conlleva riesgos. No son productos anodinos y se deben utilizar de forma educada y correcta", expresa. Algunos tienen más de 200 componentes que pueden actuar sobre todo el cuerpo.

Sostiene que hay que ser particularmente prudente cuando los aceites esenciales se administran por vía oral o cutánea. La inhalación y la difusión presentan menos riesgos en cuanto a toxicidad. La primera regla básica es no usar los aceites esenciales al azar. Hay que informarse y educarse acerca del aceite esencial y de cómo usarlo según los objetivos deseados. +

