

“Bañoftal cumple 75 años trabajando junto a las farmacias en favor de la salud ocular”

REVA HEALTH, PROPIETARIA DE LA MARCA BAÑOFTAL, CONSIDERA QUE EL AÑO 2021 VA A SER UN MUY BUEN AÑO PARA LA MARCA A PESAR DE LA ACTUAL COYUNTURA DEBIDO A LA CRISIS SANITARIA.



Francesc Roura

Pese al entorno adverso, 2020 no ha afectado por igual a todos los mercados. De hecho, para Reva Health ha sido un año positivo. “Gracias a la confianza de farmacias y pacientes, algunas de nuestras marcas han experimentado crecimientos significativos”, señala **Francesc Roura**, director general y fundador de la empresa. En este sentido, destaca que la marca de Reva, Bañoftal, ha crecido a doble dígito, en sell-out “muy por encima del mercado de la salud ocular, que ha tenido un crecimiento similar al año pasado, pero que se caracteriza por ser un mercado dinámico y en constante evolución y que en los últimos meses ya es la categoría más importante en el mercado OTC”.

Así, la compañía entra en 2021 con buenas perspectivas por partida doble: en crecimiento, y celebrando el 75 aniversario de Bañoftal. De esta efeméride Roura subraya su posición en el mercado como una marca “sólida y valorada” y comenta algunos de sus principales hitos. Inició su andadura con Bañoftal Baño Ocular, una solución oftálmica para la higiene interna y profunda del ojo que se caracteriza por un

sistema de aplicación único mediante una bañerita ergonómica que arrastra y elimina de la superficie ocular cualquier sustancia o partícula depositada que ocasiona irritación y molestias oculares. *"75 años después, Bañoftal Baño Ocular sigue siendo un producto único, en el que más de 10.000 farmacias confían".*

Bañoftal a lo largo de 75 años

Además, a lo largo de los años han ido incorporando nuevos productos a su catálogo, con el objetivo de adaptarse a las nuevas necesidades en el mercado de salud ocular. *"Siempre productos que incorporan las últimas innovaciones en el mercado, tanto en ingredientes como en envases, y que se adaptan al nuevo estilo de vida actual",* remarca el directivo. Hoy, la marca Bañoftal está compuesta, en su opinión, *"por una gama de productos muy completa",* con soluciones para todos los tipos de afecciones oculares susceptibles de recomendación farmacéutica y *"segura".* Todo con el fin de convertirse en la marca de confianza del farmacéutico en salud ocular, ofreciéndole una clara garantía de poder recomendar a su paciente una solución *"eficaz, específica y bien tolerada".*

Para cumplir esta premisa, añade el director general, *"nos aseguramos de que todos nuestros productos estén formulados con ingredientes y envases innovadores y altamente eficaces que respeten al máximo el equilibrio natural de los ojos, y todo ello gracias al conocimiento acumulado durante estos 75 años de experiencia en el mercado",* a la vez que *"escuchamos también atentamente lo que nos dicen los usuarios".*

En cuanto a sus principales productos, Roura hace hincapié en la aspiración de ser la gama más completa, segura y de fácil recomendación en las farmacias, por lo que tienen productos que tratan los síntomas de las patologías más frecuentes de consulta farmacéutica como los de la sequedad, la irritación y la higiene ocular: Bañoftal Ojo Seco 0,4%, Bañoftal Lubricante ocular, Bañoftal Ojo Irritado, Bañoftal Baño Ocular y Bañoftal Toallitas Oftálmicas.

Nuevos proyectos

De todos ellos destaca la solución para el ojo irritado, uno de los últimos lanzamientos de la marca, por haber obtenido unos resultados muy buenos, debido a que se trata de *"un producto muy completo",* compuesto de seis ingredientes de origen natural que actúan en sinergia para combatir cualquier tipo de molestia ocular, como son los síntomas de la conjuntivitis alérgica estacional, el ojo rojo y la sequedad ocular. De la misma forma, el directivo apunta que no contiene conservantes y puede ser utilizado durante tres meses. *"Nuestros clientes han sabido apreciar sus beneficios: una fórmula segura y eficaz para aquellos pacientes que entran en la farmacia con molestias oculares leves, aunque no sepan muy bien cuál es su origen irritativo".*

Al mismo tiempo, el fundador de Reva Health menciona algunas de las novedades que verán la luz próximamente: *"Estamos trabajando en nuevos productos que contienen componentes innovadores, y que responden a las molestias oculares que vivimos hoy en día como consecuencia de una mayor polución, un incremento de las alergias y una sobreexposición creciente a las pantallas digitales, que acarreamos un incremento de dolencias oculares. Queremos lanzar al mercado productos que solucionen problemas concretos y específicos de nuestros clientes y que ofrezcan una garantía de seguridad, eficacia y tolerancia".*

Un momento de oportunidades

En otro orden de cosas, analiza en qué momento se encuentra el mercado ocular, resaltando que se encuentra en un punto *"muy dinámico",* debido a que existen dos factores que han favorecido un auge de las molestias oculares. El primer motivo es el incremento del uso de pantallas digitales debido a la pandemia, que ha acelerado el teletrabajo y aumentado el tiempo de ocio en casa utilizando diversos terminales digitales. *"Este hecho provoca una mayor sequedad e irritación ocular y un aumento en general de las molestias",* detalla.

Un segundo factor es el uso continuado y frecuente de las mascarillas, que también favorece un aumento de síntomas molestos en los ojos. El experto explica por qué: *"El aire se expulsa verticalmente, aumentando la evaporación de la lágrima, lo que provoca un desequilibrio de la película lagrimal y, por tanto, síntomas asociados al ojo seco".* Igualmente, la mayor prevalencia de las alergias y una mayor tendencia a vivir en entornos más contaminados, hacen, bajo su punto de vista, más relevante la importancia de una adecuada higiene ocular para prevenir y aliviar cualquier molestia. *"Por estos motivos, es recomendable que, para una mayor protección de nuestros ojos, se utilicen productos para paliar los síntomas y las sensaciones molestas con soluciones bien toleradas y eficaces",* expresa.

Sin olvidar que la salud de los ojos, especialmente en el ámbito de las soluciones oftalmológicas, debe ir por la senda de la innovación.

Reva Health, un socio con vocación de servicio

Es ese mismo camino el que sigue Reva Health, *"más que nunca",* según remarca su director general. *"Queremos seguir siendo un laboratorio comprometido con las necesidades de la farmacia. Queremos seguir ofreciendo soluciones innovadoras y eficaces con beneficios únicos para los pacientes, en mercados muy importantes para la farmacia como los síntomas del resfriado, la oftalmología, el cuidado del oído o los insectos. Y lo queremos hacer en equipo con la farmacia, con vocación de servicio, atención y desarrollo. Queremos ser un partner que cree valor para la farmacia".*

Por tal motivo, remata Roura, *"hemos desarrollado soluciones que ellos mismos nos piden, como la nueva Reva Academy, una plataforma de e-learning en la que ofrecemos una formación profunda y de calidad de las patologías asociadas a nuestros productos, de recomendación y consejo en un entorno ágil e interactivo mediante el cual el personal de la farmacia se pueda formar dónde y cuándo quiera".* ➡

Celebración del 75 aniversario de la marca

"Hemos tenido que adaptar la celebración de nuestro aniversario a las circunstancias sanitarias actuales pero pese a ello hemos pensado en un conjunto de actividades muy especiales para conmemorar estos 75 años, como una guía muy especial de salud ocular dirigida a todos nuestros clientes, packs conmemorativos y hasta el lanzamiento de nuevos productos como el formato especial en 50ml de nuestro producto estrella durante este año, Bañoftal Baño Ocular, además de otras novedades que estamos 'cocinando'. Nos habría gustado poder celebrar cara a cara con nuestros clientes y amigos esta efeméride, pero las circunstancias de momento no nos lo permiten. Tan pronto el entorno nos lo permita con garantías de seguridad lo celebraremos como merece la ocasión", explica el director general.