

Acofarma, el laboratorio de la cooperativa y de la farmacia

NESIRA, ESYLMA Y VIVÈRA REPRESENTAN LA NUEVA APUESTA DE ACOFARMA. TRES NUEVAS MARCAS DE VENTA EXCLUSIVA EN EL CANAL FARMACIA CON UNA IMAGEN ATRACTIVA, FÓRMULAS INNOVADORAS Y UN AMPLIO VADEMÉCUM ADAPTADO A LOS NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO.

Con el objetivo de acompañar a las farmacias en su día a día, Acofarma comenzó hace dos años un profundo proceso de transformación interna que se ha materializado en dos hitos históricos para la compañía: la renovación de su imagen corporativa (ahora más cercana, actual y humana) y el lanzamiento al mercado de las marcas Nesira, Esylma y Vivèra, que se unen a la histórica Acofar.

"Nuestro objetivo es convertirnos en el laboratorio

de la cooperativa y de la farmacia, ofreciendo productos 'honestos' con los que brindar un valor añadido al consumidor final, y que, a la vez, conjugan la máxima seguridad y los más altos estándares de calidad farmacéutica", afirma Francesc Balletbó, director general de Acofarma. "Con este cambio de posicionamiento, aspiramos a que todo el mundo pueda encontrar productos asequibles para mejorar su bienestar en la farmacia, donde un profesional sanitario puede atenderle como en cualquier otro centro de salud".

Las nuevas marcas

Acofarma ha realizado un meticuloso trabajo de campo analizando las actuales tendencias del mercado para estructurar su estrategia como laboratorio farmacéutico. El resultado ha sido la creación de 3 nuevas insignias con posicionamientos claramente definidos que se basan en los estilos de vida actuales, facilitando la identificación del cliente y la farmacia con ellas.

Como remarca **Xavier Casas**, presidente de



Acofarma, "Nesira, Esylma y Vivëra reflejan la nueva personalidad de Acofarma en su propósito de acompañar a los profesionales de farmacia con soluciones reales y efectivas que faciliten su labor diaria para dar respuesta a las necesidades de sus pacientes, lo que es posible gracias al amplísimo vademécum disponible".

"Materializamos a través de nuestros productos la cercanía y el compromiso que ofrece la farmacia. Ofrecemos un concepto diferencial y genuino que facilita el día a día del farmacéutico para que pueda desarrollar su vocación: el cuidado de la salud de sus clientes", afirma Balletbó. A esta adaptación a las necesidades del mercado y del nuevo consumidor, se le suma la innovación de las fórmulas de los productos propuestos, en los que prima la calidad farmacéutica.

Nesira

Nesira representa la marca especializada en prevenir y cuidar la salud de toda la familia. Dispone de una amplia diversidad de artículos cuya calidad refleja la experiencia de Acofarma dentro de un sector en el que lleva presente más de 70 años. Está segmentada en varias tipologías de productos: autocontrol y medición de estados de salud específicos (glucómetros, tensiómetros, pulsioxímetros...), aquellos que aportan bienestar y ayudan a mejorar el estado de ánimo (soluciones para conciliar el sueño, colágeno, plantas medicinales...), para el tratamiento de problemas específicos que se dan en determinadas etapas de la vida (anticaída, antipiojos, cuidado ocular, piel atópica...), y los que implican prevención y protección (protectores solares o labiales, por ejemplo).

Esylma

Esylma ofrece experiencias únicas en el ámbito de la belleza y de la estética reforzando la identidad del individuo y ofreciéndole las últimas tendencias en artículos de autocuidado, belleza, estilo y esencia. Se dirige a personas que buscan eficacia y valor añadido en productos que les permitan disfrutar tanto de la sensorialidad (cuidando las texturas, colores, perfumes y acabados) como de la eficacia que de fórmulas. Esylma conjuga momentos *self* a través del autocuidado, belleza (con líneas faciales hidratantes, anti-edad y tratamientos específicos), estilo (gracias a artículos de moda ligados a tendencias) y aquellos vinculados a los sentidos y que ayudan a encontrar el equilibrio entre cuerpo y alma.

Vivëra

Vivëra es una marca que proyecta valores como la vitalidad, la cotidianidad y la comodidad, y está pensada para proporcionar bienestar a través de productos de uso diario que ayudan a mantener unos hábitos de higiene y cuidado corporal saludables. Se dirige a personas que valoran la comodidad, accesibilidad y un buen equilibrio entre calidad y precio dentro de un amplísimo catálogo de productos que cubren las rutinas diarias, como pueden ser el lavado de dientes, el momento de la ducha, la hidratación del cuerpo, las manos y los pies, o la higiene y cuidado en general. En definitiva, Vivëra te acompaña en tu día a día.



Acofar

La histórica marca del laboratorio continuará comercializándose, pero se centrará en productos sanitarios de primera necesidad agrupados en las categorías de ortopedia, botiquín y accesorios sanitarios, con una alta presencia y rotación en los hogares españoles. Se seguirá caracterizando por su fácil accesibilidad en la mayor parte de las farmacias españolas y por su amplia gama de productos a precio competitivo.

De la mano de las cooperativas farmacéuticas

Los propietarios de Acofarma han estado involucrados en el proceso de reposicionamiento de la marca como laboratorio de la cooperativa y de la farmacia, y se han mostrado satisfechos con la evolución de la organización. Como apunta **Jesús Lens**, gerente de la Cooperativa farmacéutica leonesa (Cofarle), "el papel de Acofarma es fundamental porque las farmacias necesitan un laboratorio aliado que les ayude a concentrar la compra de una gran diversidad de productos a un precio asequible, con las garantías necesarias de seguridad y eficacia y, además, de ofrecer exclusividad en el canal".

Según **José Comas**, director gerente de la Cooperativa d'Apotecaris, "todo el enfoque del proyecto no está centrado en vender más, sino en buscar una serie de valores que nos puedan diferenciar de la competencia. Un líder es aquel que es capaz de anticiparse al mercado, de influir en las decisiones de otros, de marcar tendencias. Y ahí veo a Acofarma muy bien posicionada en este reto de futuro". "Este cambio es de los hitos más relevantes de la historia de la compañía, algo muy necesario. El consumidor ha cambiado y la organización se ha adaptado a la gran transformación del mercado con una actitud muy cercana y empática. El salto de calidad ha sido espectacular", señala **Eduardo Padilla**, director gerente de la Cooperativa farmacéutica de Tenerife (Cofarte).

Comas también percibe el cambio como positivo: "He visto un posicionamiento que pretende conectar con el usuario habitual de la oficina de farmacia. Acofarma ha sido capaz de mantenerse firme en sus principios y en su filosofía y, al mismo tiempo, evolucionar". Según Lens, "esta transformación va a darle un empujón muy importante en visibilidad. Ahora puede competir con los grandes laboratorios en el posicionamiento dentro de la farmacia". En definitiva, como afirma **David Pardo**, director general de Fedefarma, "el nuevo posicionamiento supone dar un paso adelante en la misma línea, puesto que continúa incidiendo en su know how del canal y en su potencial como laboratorio de la farmacia, con la capacidad de llegar al 50% del mercado". +

