

YOUNES MECHBAL, FARMACÉUTICO Y DIRECTOR DE MARKETING & FORMACIÓN DE CANTABRIA LABS

“La eficacia de un producto es el mejor argumento de fidelización”

CANTABRIA LABS NACIÓ EN 1989 OFRECIENDO PRODUCTOS DERMATOLÓGICOS PARA EL CUIDADO COMPLETO DE LA SALUD DE LA PIEL. SIEMPRE CON LA INNOVACIÓN POR BANDERA, DESTACA QUE FUERON LOS PIONEROS EN LA FOTOPROTECCIÓN VÍA ORAL CON HELIOCARE.



Cantabria Labs es un laboratorio farmacéutico con 30 años en el mercado y líder en prescripción dermatológica en España, Italia y Portugal. **Younes Mechbal**, farmacéutico y director de marketing & formación de la compañía, se refiere a este recorrido para valorar los resultados del último año. “Los resultados, un año más, han sido excepcionales para Cantabria Labs y nos motiva para continuar aportando al sector. Sin embargo, lo verdaderamente importante es nuestra vocación de permanencia, y ésta nos hace diseñar y medir en el largo plazo”, apunta.

Puestos a destacar los hitos de 2022, resalta el gran éxito cosechado por la línea Endocare Renewal, “un reto de formulación y eficacia con un activo como el retinol puro en micro esponjas y en textura anhidra que los usuarios han acogido con gran satisfacción”. Tanto, “que los primeros meses sufrimos roturas de stock hasta que conseguimos ajustarnos a la fuerte demanda”, revela Mechbal.

Otro hito importante ha sido el de romper el paradigma de la función barrera, “que hasta ahora se abordaba desde un prisma pasivo meramente protector, para comenzar a abordarla de manera activa como elemento vivo que es”. “Con Endocare Age Barrier apostamos por activar la piel para que sintetice sus propias proteínas estructurales que ejercen la función barrera”, subraya el farmacéutico.

Un nuevo consumidor más informado y exigente

El éxito de estos productos de Cantabria Labs es muy significativo y viene a resumir cómo ha cambiado el consumidor de dermo de la farmacia a raíz de la pandemia. La experiencia del laboratorio español es que *“es más consciente del valor de la ciencia y de la evidencia”*. En ese sentido, su director de marketing & formación indica que la línea Endocare es cosmética médica y, por tanto, fuertemente basada en la ciencia. *“Es por eso que realizamos estudios de eficacia no solamente de nuestros ingredientes patentados, sino también del producto final, y lo sometemos a revisión para su publicación en artículos de revistas científicas de primer orden, tanto nacionales como internacionales”*.

Del mismo modo, Mechbal manifiesta el convencimiento de su compañía de que *“el farmacéutico, como profesional sanitario, debe diferenciarse del canal de gran consumo por basar su recomendación especializada en productos y tratamientos que cumplen lo que reivindican”*. Con ese fin, Cantabria Labs ofrece, según él, *“líneas de producto con el mayor aval científico, acompañadas de una formación rigurosa y continua que les ayude a especializarse para ofrecer el mejor consejo profesional a los pacientes”*. El valor diferencial del farmacéutico es su condición de profesional sanitario, continúa, así que *“una de nuestras acciones principales es la de ayudarle a reforzar su condición a través de la formación y la especialización”*.

Sin embargo, adaptarse a este nuevo consumidor supone riesgos para las empresas del sector, como apunta el farmacéutico. *“Incorporar de forma apresurada un posicionamiento más científico puede hacernos caer en el ‘science washing’”*. Al respecto, aclara que *“no se trata únicamente de reivindicar los estudios que respaldan a un ingrediente concreto y adjudicárselo a un producto, sino de demostrar que el producto final que recomienda un profesional sanitario realiza las acciones que se espera del mismo”*.

En el caso de Cantabria Labs, su portavoz asegura que *“no hemos necesitado adaptarnos, ya que por nuestra condición de marca líder en prescripción dermatológica ya nacimos ofreciendo un posicionamiento de eficacia potenciado por la ciencia”*. Este posicionamiento requiere de varios ítems, tales como *“una estructura muy potente en investigación y desarrollo, un área médica y científica muy especializada y una fuerte inversión en ensayos y estudios de eficacia”*. De igual forma, prosigue el experto, *“implica acuerdos de colaboración en investigación como las que hemos llevado a cabo con Harvard Medical School, el MIT o HistoCell Regenerative Medicine, entre otros”*. *“Es un posicionamiento difícil de improvisar o de adaptar. Es más bien una filosofía de trabajo que se construye a lo largo de varios años”*, remarca.

El cuidado de la piel diseñado a la carta

A su modo de ver, *“le damos más importancia a la salud y, por tanto, también a la salud de la piel”*. No hay una rutina facial única para todos, por contra, *“el protocolo de tratamiento más importante es aquel que se construye en función de las necesidades del paciente, con un sentido lógico, con una selección de productos que realmente sepamos de antemano que va a cumplir sus funciones atribuidas”*.

Para saber construir estos protocolos personalizados, Cantabria Labs colaboró en la segunda edición del estudio publicado de la doctora Zoe Draelos, donde establece los pasos que debe contener cada rutina de tratamiento en forma de pirámide del cuidado de la salud de la piel. *“En la personalización de estos protocolos, el papel del farmacéutico puede ser diferencial y de valor respecto a otros canales no atendidos o de ‘self-service’”*, recuerda el experto.

Con las mismas, Younes Mechbal reflexiona que la I+D es fundamental para el dinamismo de la categoría y del canal farmacia, aportando varios ejemplos. *“Si alguien en su día no hubiese investigado los retinoides, hoy no tendríamos uno de los ingredientes más utilizados en los protocolos de tratamiento de la piel. De igual forma, si el doctor Van Scott y el doctor Yu no hubiesen investigado los hidroxiácidos, hoy no tendríamos marcas como Neostrata®. Si Cantabria Labs no hubiese investigado y desarrollado Ferblock, junto al doctor Fitzpatrick, hoy no existiría la foto-protección oral”*. O, dicho de otro modo, *“la investigación y el desarrollo de nuevos ingredientes patentados es el motor y la garantía de innovación de una categoría y, por tanto, también la de su permanencia en el tiempo”*.

Esta innovación es clave también para combatir la falta de adherencia, la cual Cantabria Labs no considera una lucha. La filosofía del laboratorio en este sentido es que *“cuando un paciente experimenta una mejoría a través del tratamiento no solo mantiene la adherencia, sino que repite buscando consejo y adaptación de su rutina según va mejorando el estado de su piel”*. *“La eficacia*

**“EL PROTOCOLO
DE TRATAMIENTO MÁS
IMPORTANTE ES AQUEL
QUE SE CONSTRUYE
EN FUNCIÓN DE LAS
NECESIDADES
DEL PACIENTE”**

de un producto con un sólido respaldo científico que lo avale, en manos de un profesional sanitario especializado, es el mejor argumento de fidelización de un paciente”, insiste Mechbal. Otro pilar del sector de la dermofarmacia actual es la sostenibilidad, un must desde el punto de vista del directivo. O más bien la sostenibilidad real, que según explica abarca todo el proceso productivo: *“el envase, el packaging y la fórmula, pero también los procesos productivos y las energías empleadas en los mismos”*. *“No debemos ver la sostenibilidad como un punto que afecte únicamente al aspecto del producto final, sino a todo el proceso empleado hasta que ese producto llega al consumidor, además de las posibilidades de reciclaje después de su uso”*, aclara. En el caso de Cantabria Labs, cuenta que *“eliminamos los plásticos y empleamos materiales certificados FSC, pero igual de importante a nivel de sostenibilidad es que el 93% de la energía que empleamos en la producción de nuestras líneas es de origen renovable”*.

Finalmente, el director de marketing & formación de Cantabria Labs adelanta algunos de los lanzamientos más potentes de la compañía. Acaba de poner en el mercado *“un producto muy interesante en el campo de las hiperpigmentaciones”*. El reto, explica, *“era que nuestros productos no siempre pueden ser utilizados por todos los pacientes, por lo que buscamos universalizar el abordaje de las hiperpigmentaciones manteniendo la eficacia y los resultados que nos caracterizan y conseguimos desarrollar Neoretin Pigment Neutralizer”*. Se trata de un producto de alta tolerancia, sin retinoides, que ha demostrado eficacia despigmentante mediante un estudio realizado en los meses de verano. Además, concluye, *“en breve presentaremos con todo detalle unos desarrollos muy innovadores en campos como el acné y la caída capilar”*. +