"La especialización en dermocosmética es la base de la diferenciación"

CON UNA PLANTILLA DE MÁS DE VEINTE EMPLEADOS, LA OFICINA SANAFARMACIA SE PRESENTA COMO UNA DE LAS FARMACIAS QUE MÁS APUESTA POR LA INNOVACIÓN, TANTO EN LA DERMOCOSMÉTICA, COMO EN OTRAS ESPECIALIDADES COMO LA FOTOPROTECCIÓN O EL CUIDADO DEL CABELLO.

Francisco Solís

La innovación en Sanafarmacia, de Mairena del Aljarafe en Sevilla, se manifiesta en todos los sentidos. En el diseño interior de la botica, convirtiéndolo en un auténtico espacio dedicado a la salud, en la utilización de materiales constructivos respetuosos con el medio ambiente como la instalación de un suelo radiante o de un jardín vertical, en la incorporación de nuevos ambientes como la disposición de un acuario en su interior, pero sobre todo, en la formación y especialización de su personal. *"La especialización es la base de la diferenciación. Para ello hay que prestar una atención especial a la formación y estar en vanguardia de todo lo nuevo que aparece en el sector para tratar de adecuarlo a la farmacia"*, nos comenta **Francisco Solís Rodríguez**, farmacéutico adjunto de Sanafarmacia.

La oficina situada en una zona residencial de Mairena del Aljarafe, cuenta con una clientela de alto nivel adquisitivo, lo cual explica la gran demanda de productos de calidad y especializados. La atención personalizada y el consejo del experto definen la actividad de esta farmacia liderada por Francisco Galán Miró.

La importancia de la dermo

La filosofía de Sanafarmacia se centra en la incorporación de los últimos avances en salud que permiten satisfacer las necesidades de sus clientes, y en la renovación del diseño de la propia farmacia. Para ello han apostado por fomentar la dermocosmética con la introducción de firmas de prestigio y la creación de un espacio exclusivo. *"Hemos querido apostar por esta categoría con la designación de un lineal especializado en el que aparecen marcas de referencia como Lierac, Sensilis o Avène. Nuestro objetivo es ofrecer un servicio individualizado acompa*ñado de un *consejo profesional. Por esta razón contamos con un equipo de técnicos con alta cualificación y formación especializada"*, añade Francisco Solís.

Sin duda, en su estructura, la dermo ocupa un lugar privilegiado, ya que representa una de las líneas de negocio con mayor proyección del sector farmacéutico. Al mismo tiempo, se trata de un área que contribuye a ampliar la cartera de servicios, y permite responder a una exigencia cada vez mayor de los usuarios por este tipo de productos. *"El crecimiento de la dermo en estos últimos años viene determinado por la exigencia del cliente. La sociedad está cada vez más formada y preocupada por la cosmética, no ya por razones exclusivamente estéticas, sino porque contribuye a la salud del paciente y actúa como coadyuvante al bienestar"*.

Formación continuada

Uno de los elementos clave en la dermofarmacia es la formación continuada, puesto que facilita la adquisición de conocimientos específicos, así

como de las últimas novedades del sector. En este sentido, es importante que los profesionales acudan a programas formativos que sirven para actualizar las competencias específicas para cada uno de los servicios. Según Francisco Solís, la incorporación de nuevos sellos comerciales y de nuevos productos debe estar precedida por una acción formativa de la plantilla. *"La clave para avanzar tanto en dermofarmacia como en cualquier otra categoría es la formación del equipo. Hay que reciclarse constantemente. Cada acto de venta debe ir acompañado de un consejo. Sólo así se consigue la diferenciación con respecto a otros sectores que pueden ofrecer el mismo producto que nosotros, incluso a un menor coste. Debemos ir de la mano del cliente, hay que escucharle, comprenderle e interesarse por sus necesidades. El binomio empresa-cliente debe avanzar de la mano"*.

En diciembre del año pasado, Sanafarmacia introdujo la marca Lierac como una de sus mayores apuestas por la dermo. Además de ello, dispone de una amplia oferta de firmas como Apivita, que permiten dar respuesta a las necesidades de una clientela variada y heterogénea. *"Nuestros pacientes nos demandan soluciones diferentes según cada caso. En cosmética, unas usuarias optan por lo natural, mientras que otras prefieren marcas más generalistas. Tenemos que estar preparados para ofrecer una solución óptima a todas estas cuestiones, y para ello trabajamos con distintas casas comerciales. No obstante, todos son productos dermatológicamente testados pertenecientes a laboratorios que son referentes en este sector"*.

Otros servicios

Además de la dermocosmética, el cuidado del cabello y de la piel son otras de las especialidades claves para Sanafarmacia. La fotoprotección, la prevención a la exposición solar, las campañas de autoconcienciación, son los principales aspectos en los que profundiza la farmacia, y hacia donde se dirigen sus acciones futuras. *"En los próximos meses incorporaremos productos específicos para el cabello con firmas de prestigio como Phyto. Además contamos con la última aparatología en farmacia que permite analizar tanto la piel como el cabello. También realizamos análisis del perfil lipídico y de la hemoglobina glicosilada"*.

El futuro de la farmacia se dirige hacia una mayor especialización y una decidida apuesta por la diferenciación de los servicios. Sólo así será posible responder a las expectativas que tiene la clientela puesta en la asistencia farmacéutica. *"La mayor o menor deriva del sector dependerá de nuestra capacidad para adaptarnos a los nuevos cambios. Debemos convertirnos en auténticos garantes de la prevención de la salud a nivel primario. En este sentido la dermocosmética es una categoría que seguirá evolucionando hacia un concepto más preventivo"*.

"Nuestro objetivo es ofrecer un servicio individualizado, acompañado de un consejo profesional"