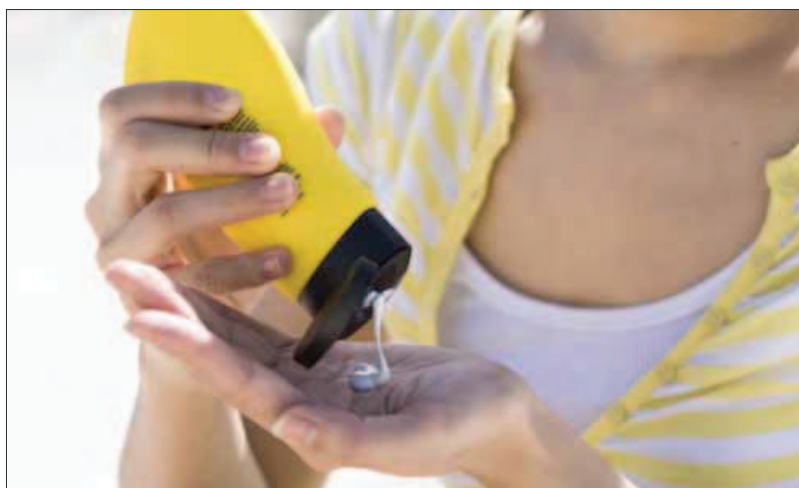


La llegada del buen tiempo permite potenciar ventas y consejo farmacéutico en varias áreas

- Las compañías han invertido muchos de sus recursos en innovar en productos en el área de la dermatología y la protección solar
- El consejo del titular de la farmacia es capital para un buen uso de los distintos productos y mejora la fidelización del cliente



Ante la llegada del buen tiempo, la ciudadanía comienza a buscar escapadas vacacionales en busca de los primeros rayos de sol, una ocasión es muy propicia para que la farmacia se centre en el consejo farmacéutico sobre cuidados de la piel y pueda aumentar sus ventas.

J. RUIZ-TAGLE
Madrid

Las posibilidades económicas que brinda la venta libre a las farmacias han aumentado exponencialmente debido a la situación del buen tiempo y de las primeras escapadas vacacionales de la población son una nueva oportunidad para potenciar la venta de productos como cremas solares y, en general, otros productos de dermatología. Y es que, la venta libre en farmacia, sobre todo cuando se tratan de productos que pueden ser encontrados en otras superficies, debe tener ese valor añadido que supone el consejo profesional. De la implicación del farmacéutico dependerán sus futuras ventas.

Cabe destacar que una de las mayores obsesiones de los ciudadanos es buscar esos primeros rayos de sol que brinda la primavera para broncearse. Por ello, y ante los peligros para la salud de una sobreexposición a los rayos solares, el farmacéutico debe erigirse como el garante de la salud cutánea de sus pacientes.

Existen diversos estudios que aseguran que el 38 por ciento de los españoles desconoce que una exposición prolongada a radiación infrarroja (IR-A) es perjudicial para la piel, y un 39 por ciento ni

siquiera ha oído hablar de ella. De hecho, el 64 por ciento de la población afirma no saber que esta radiación también está producida por el sol y no únicamente por aparatos electrónicos.

Distintos vocales de Dermofarmacia coinciden en señalar que la población suele anteponer la extendida cultura del bronceado a la futura posibilidad de desarrollar un tumor u otras patologías causadas por el sol. Es ante este panorama donde el farmacéutico debe esforzarse en la doble tarea que implica formar en salud y potenciar las ventas de un negocio que vive, en estos momentos, uno de sus peores momentos.

Se debe reseñar que en abril comenzó la campaña de 'Euromelanoma 2013', que en España se prolongará hasta el 15 de septiembre. Esta campaña de concienciación debería ser recogida por los farmacéuticos como una buena ocasión para potenciar sus ventas de productos dermatológicos. De hecho, este año el foco se ha centrado en la población adolescente, que son los que mayores tasas de quemaduras presentan.

En un reciente estudio realizado en 270 personas de entre 14 y 17 años de la Costa del Sol, el 74 por ciento de las mismas reconoció haber sufrido quemaduras solares en el último verano. Los adolescentes mostraron conoci-

mientos adecuados en torno al sol y al cáncer de piel y, sin embargo, evidenciaron conductas muy deficitarias de protección solar junto a unas actitudes positivas frente a la exposición solar y al bronceado.

Ante estos datos, el consejo farmacéutico sobre el cuidado de la piel es uno de los servicios que más valor añadido otorga a la farmacia. Un servicio que cada día es solicitado por los pacientes, que confían en recibir un consejo profesional más rápido y accesible que el que obtendrían a través de otros medios.

Fidelizar pacientes

Como para otro tipo de consultas, en asuntos de dermatología el farmacéutico supone una gran referencia para los pacientes, por lo que éste debe tener en cuenta que ha de aconsejarles tanto sobre los productos que pueden estar indicados para un tipo u otro de afección, como sobre otra clase de tratamientos o recomendaciones saludables. En definitiva, es una ocasión ideal para fidelizar pacientes al tiempo que se incrementan las ventas.

Así lo indicó Concepción Llorens, licenciada en Medicina y Cirugía por la Universidad Central de Barcelona, durante el curso de especialización que Asefarma celebró el 16 de abril en colaboración con el laboratorio Almirall.

Opinión

Protección solar interior

Los estudios científicos han demostrado que la exposición solar provoca un aumento de los radicales libres en la piel, produciendo la aparición de arrugas profundas, manchas y pérdida de firmeza cutánea. Para evitarlo, en los últimos tiempos han tomado relevancia los llamados protectores solares orales.

Se trata de complementos alimenticios a base de potentes antioxidantes que preparan la piel para la exposición solar. Si la piel está preparada la posible aparición de alergias solares se reducirá, previniendo así la aparición del fotoenvejecimiento prematuro, además de conseguir un bronceado homogéneo, más intenso y duradero.

Es importante tener en cuenta dos factores. El primero es que para que esta protección solar vía oral actúe correctamente y los efectos sean visibles, se debe empezar a tomar por lo menos un mes antes de la exposición

solar y mantener su ingesta durante todo el periodo de exposición. El segundo factor es que, aunque sean antioxidantes naturales procedentes de alimentos, en ningún caso pueden sustituir una dieta equilibrada, rica en fruta, verdura y hortalizas; así como tampoco puede sustituir la protección solar tópica.

El farmacéutico, por su formación y conocimiento de las distintas posibilidades actualmente disponibles en fotoprotección, es el profesional que

mejor puede asesorar al usuario a la hora de protegerse del sol antes, con nutricosméticos específicos vía oral, durante, por medio de protectores solares que protejan frente un amplio espectro de radiaciones solares, y después, con productos adecuados para el cuidado postsolar. Es este enfoque integral es el que permitirá alcanzar una protección solar completa y eficaz.



Mar Fábregas

Mar Fábregas, es directora general de Laboratorios Stada

"Como profesionales tenemos que trasladar al paciente confianza en el consejo que le transmitimos", explicó Llorens.

"Uno de cada tres cánceres diagnosticados en todo el mundo es cutáneo. En los últimos 30 años ha habido más casos de cánceres de piel que la suma de los demás cánceres que tiene el ser humano. La prevención, alertando de los riesgos de la exposición solar excesiva, la necesidad de visitas rutinarias al dermatólogo y la autoexplotación, son claves", aseguró el doctor Miguel Sánchez Viera, dermatólogo, director del Instituto de Dermatología Integral (IDEI).

Sánchez explicó que "los efectos nocivos de la exposición solar sobre la piel se han agravado como consecuencia de la disminu-

ción de la capa de ozono en algunas zonas de la atmósfera". Para evitar daños en la piel, dice, "basta con usar fotoprotectores SPF 30 o superiores, que filtren también los rayos UVA, y evitar las horas centrales del día". Además, recordó que "las cabinas de rayos UVA pueden incluso aumentar el riesgo de padecer cáncer de piel por el efecto negativo en las defensas de la piel".

Sánchez insistió en que hay grupos de pacientes en los que la precaución debe ser máxima. "Se calcula que una de cada cinco personas mayor de 70 años va a padecer al menos un cáncer de piel, con lo cual hay que limitar al máximo su exposición a estos primeros rayos de sol y usar fotoprotectores adecuados", concluyó.

