

BLANCA LLÁCER, FUNDADORA Y CEO DE THE LAB

# “Somos una marca creada por farmacéuticos única y exclusivamente para farmacéuticos”

LAS FÓRMULAS DE THE LAB ARRANCAN DESDE EL PROPIO MOSTRADOR DE LA OFICINA DE FARMACIA, DETECTANDO LAS NECESIDADES DE LA PIEL DE MANO DEL PROPIO PACIENTE, Y SE ADECUAN TANTO A LAS NECESIDADES REALES DE LA POBLACIÓN COMO A LAS NECESIDADES DE LA GESTIÓN INTERNA DEL DÍA A DÍA DE LA FARMACIA.



“Uno de los valores principales de The Lab radica en la importancia que damos a la figura del farmacéutico comunitario como experto en el cuidado de la piel y en la recomendación de productos dermofarmacéuticos”. Así lo explica **Blanca Llácer**, fundadora y CEO de la marca. De hecho, ella misma es farmacéutica titular de la Farmacia Blanca Llácer y profesora en el Máster Dermofarmacia y Cosmética de la Universidad Miguel Hernández (UMH). “Para nosotros”, apunta en este sentido, “su intervención aporta un valor añadido único y diferencial frente a la venta de productos cosméticos en otros canales”.

Por esa razón, The Lab es una marca de venta única y exclusiva en farmacias, sin venta online propia y sin presencia en otros canales de distribución, “ya que confía plenamente en el consejo farmacéutico profesionalizado, individualizado y personalizado ante cualquier consulta de cuidado de la piel”, desarrolla su fundadora.

## Brindar una piel sana, el principal objetivo de The Lab

Respecto a su misión, no es otra que *“dar respuesta a las necesidades diarias de todo tipo de piel que entre por la puerta de nuestras farmacias; piel sana y, por supuesto, piel con problemas, ya que, bajo mi opinión, es este tipo de piel la que va a ser fiel 100% a la farmacia y, por tanto, en la que debemos poner el foco. Más teniendo en cuenta que la prevalencia de patologías dermatológicas como rosácea, acné, dermatitis atópica o, incluso, el ya denominado síndrome de piel sensible, va cada día en aumento, por lo que el número de consultas relacionadas con problemas cutáneos va a ser cada día mayor”*.

Y en última instancia, el objetivo, según la experta, *“es cuidar de ese templo en el que reside nuestro ser, ese lugar en el que habitamos: la piel. Mejorar la calidad de vida dermatológica y la salud cutánea es nuestra razón de ser, ya que con ello mejoramos nuestra autoestima y bienestar”*. Con ese fin, expone Blanca Llácer, *“las fórmulas de The Lab arrancan desde el propio mostrador de la oficina de farmacia”*. *“Podemos decir que somos uno de los únicos laboratorios nacionales que detecta las necesidades de la piel de mano del propio paciente”*; prosigue, argumentando que *“más de 25 años de experiencia en los diferentes eslabones de la dermofarmacia nos dan la capacidad de desarrollar fórmulas que se adecuen a las necesidades reales de la población tanto en su indicación, en activos o en formas galénicas, como en modo de uso y, por qué no, adecuadas también a las necesidades de la gestión interna del día a día de la farmacia”*. Es más, insiste en que *“somos una marca creada por farmacéuticos única y exclusivamente para farmacéuticos”*. *“La evidencia científica de los activos minuciosamente escogidos, y el haber trabajado con ellos durante una primera etapa de mi carrera profesional en la industria, en la que aprendí durante más de 12 años lo que es el santo y seña de la profesión farmacéutica, el arte de la formulación, te da las herramientas necesarias para conjugar activos, buscando sinergias entre ellos, huyendo de concentraciones elevadas no necesarias que solo buscan ese impacto marketiniano en los clientes, mejorando la biodisponibilidad a nivel cutáneo y teniendo en cuenta la correcta tolerancia de nuestros productos en todo tipo de piel, evitando la presencia de perfumes u otros ingredientes que contengan alérgenos de declaración obligatoria que pudieran sensibilizar en un momento dado una piel cada día más alterada”*, argumenta. En cuanto al producto o gama de productos

“MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DERMATOLÓGICA  
Y LA SALUD CUTÁNEA ES NUESTRA RAZÓN DE SER,  
YA QUE CON ELLO MEJORAMOS NUESTRA  
AUTOESTIMA Y BIENESTAR”

que destacaría la CEO del portfolio de The Lab, indica que la marca *“es una línea con 12 referencias a día de hoy, lo cual facilita mucho el día a día de la farmacia y la recomendación por parte de los equipos”*. Con tres bloques claramente diferenciados de limpieza, tratamiento y cuidados específicos, *“en el que la limpieza cobra un peso especial, ya que es la pieza clave que marcará el estado de la piel y la calidad cutánea. Una limpieza eficaz, pero suave, y que podríamos decir que trata la piel desde ese primer momento de la rutina sin deslucidizar, mejorando la función barrera y la hidratación, respetando el pH fisiológico y el dermobioma cutáneo”*, esgrime. Todo esto que ahora parece obvio no lo es para todo el mundo, aclara la especialista, *“pero desde The Lab luchamos cada día para que así sea con fórmulas que ‘enganchan’ a quien las prueba y cuya piel manifiesta un cambio de calidad en tiempo récord”*.

Bajo ese razonamiento, pone en valor *“la acción intensiva de nuestros tratamientos que cubren las diferentes necesidades de los posibles estados de la piel con fórmulas antioxidantes para las rutinas de día; renovadoras, transformadoras y despigmentantes para rutinas de noche o calmantes y de rescate para pieles alteradas o con sintomatología inflamatoria y no olvidando nunca la hidratación, la mejora de la función barrera como primer escudo protector o la renovación cutánea. Una línea completa pero sencilla que cubre todas y cada una de las necesidades y estados posibles de la piel”*. Además, la fundadora de The Lab avanza que veremos un lanzamiento en las próximas semanas. *“Protocolo defensa avanzada The Lab está a punto de aterrizar en nuestras vidas, y lo hace para revolucionar el concepto de la fotoprotección, ya que se va a convertir en un paso imprescindible para un cuidado avanzado e integral”*. Según adelanta Llácer, se trata de una fórmula que evita que se acelere el efecto del paso del tiempo en nuestra piel, pues es un fotoprotector de amplio espectro que protege frente a UVB, UVA, HEV e IR, pero que además cubre todas y cada una de las necesidades de la piel en el día a día, *“ya que mejora la función barrera, tiene efecto hidratante, antiarrugas, antioxidante, fotoreparador, calmante y de mejora del microbioma cutáneo”*. *“Una fórmula única que además se caracteriza por una textura fluida con acabado sedoso, y que debido a sus partículas ‘soft focus’ es capaz de disimular pequeñas arrugas e imperfecciones, lo cual crea ‘adicción’ a su uso, mejorando la adherencia y, por tanto, los resultados en nuestra piel”*, añade.

### El papel del farmacéutico para la marca

*“Creo que podemos decir que cubrimos todas las necesidades, no solo de la piel de la población, sino también de los propios farmacéuticos en el día a día de sus farmacias”*, continúa reflexionando la farmacéutica. Una afirmación que realiza bajo la premisa de que *“realizamos formaciones continuas y personalizadas a todas y cada una de nuestras farmacias; cada una de ellas dispone de un espacio individualizado donde accede a toda la información comercial y científica o a formaciones e intervenciones en congresos”*.

La formación en producto, insiste, *“es fundamental para conocer nuestras fórmulas y dar una buena recomendación, pero también formamos a nuestras farmacias en patologías, tendencias y conceptos de dermo general, ya que somos totalmente conscientes de la coexistencia de otras marcas y nuestro objetivo es que nuestras farmacias den un consejo completo y del máximo nivel para convertirse en referentes en dermo en su zona”*.

Y al mismo tiempo, considera que *“los farmacéuticos tenemos un papel clave en la educación sanitaria y promoción de la salud de nuestros pacientes y, por tanto, en la salud de la piel”*. *“Los servicios de dermofarmacia profesionalizados de nuestras oficinas de farmacia consiguen llegar al paciente y empoderarlo acerca del cuidado de su piel, haciendo que este tome las riendas ante una consulta, alteración o patología”*, expone. Eso es clave para la marca, concluye, *“e intentamos que para las farmacias The Lab también lo sea, ya que es el secreto para marcar la diferencia”*. +