

ASUN ARIAS, DIRECTORA GENERAL EN ASUN ARIAS CONSULTORES Y CREADORA DE SWEET BY ASUN ARIAS

Asun Arias crea su marca propia

FORMULADA POR ELLA MISMA, ES FRUTO DE SUS 31 AÑOS DE PROFESIÓN. EL OBJETIVO DE SWEET BY ASUN ARIAS, NUEVA MARCA DE COMPLEMENTOS NUTRICIONALES Y DERMOFARMACIA, DE VENTA EXCLUSIVA EN FARMACIA, ES MEJORAR LA SALUD FÍSICA Y MENTAL DE LAS PERSONAS. ADEMÁS, PONE ESPECIAL FOCO EN LA MUJER EN EL CLIMATERIO. YA CUENTA CON CUATRO PRODUCTOS DE RECOMENDACIÓN EN EL MOSTRADOR, UNO DIRIGIDO A LOS SOFOCOS.



Sweet By Asun Arias ha sido creada por **Asun Arias**, *directora general en Asun Arias Consultores*, cuando se ha visto "con el conocimiento, con la experiencia, con los recursos y con la ilusión" para hacerlo. Ha puesto la maquinaria en marcha "a todos los niveles".

Cuenta que alguien le propuso, hace un par de años, lanzar, como experta en menopausia, una línea facial con lo que echara de menos en el mercado. "Respondí que, en cuestión de dermofarmacia, no echaba de menos nada a nivel facial. Como me he especializado, aparte de en patologías de la piel, en micronutrición, ahí es donde se posó el germen", comenta. Su máster de menopausia, que dura dos años, va por la cuarta edición y lleva estudiando toda la sintomatología de la mujer en menopausia desde 2006. Asimismo, cuando pasa consulta, propone una rutina. Admite que ahí sí le faltaban ciertos productos y tenía que hacer combinaciones.

Aclara que Sweet By Asun Arias "no es una línea que solo está enfocada en la mujer, salvo el producto dirigido a los sofocos, pero sí está creada pensando en una mujer en el climaterio". Recuerda que éste no es la menopausia, que son también todos los años de antes y de después, en los que se tiene "una sintomatología horrible" que suele estar "fatalmente atendida", tanto a nivel de ginecólogo y de endocrino como de la sociedad en general. Subraya que sucede en muchos casos, como el suyo. "Porque el endocrino normalmente no te trata. El ginecólogo tiene

un arsenal que es la terapia hormonal de la menopausia, que la mayoría no utiliza por miedo y por desconocimiento. Hay un 5% de prescripción y el 80% de las mujeres sufre síntomas que están sin solucionar”, afirma. Por eso, vio una oportunidad no solo en el mercado, sino en ayudar a otras personas como ella.

Desde septiembre, están disponibles cuatro productos: Sweet nº1 (SFC, Sofocos), Sweet nº2 (ANX, Ansiedad), Sweet nº3 (SEC, Sequedad piel y mucosas) y Sweet nº4 (ANHE, Salud de las mucosas). Ha seleccionado activos, todos titulados en principio activo o con patentes, que avalan su eficacia, teniendo máximo cuidado en que los mecanismos de acción sean sinérgicos. Es consciente de lo que ha formulado y la primera que lo va a tomar será ella.

Sofocos

Arias expone que el de los sofocos está formulado de tal manera que va a cubrir los principales síntomas de la mujer y los más frecuentes, “los que peor calidad de vida suponen”. Es decir; sofocos, irritabilidad, depresión, insomnio, energía y, además, cuidado de los huesos. Advierte de que no es un producto para alguien que tenga osteoporosis, pero que sí va a cuidar el aparato locomotor. Le ha añadido vitamina D3, K2 y magnesio. Remarca que “el leitmotiv de este producto se encuentra en los sofocos, con cuatro activos, dos de los cuales son dos patentes que más referencias bibliográficas tienen para los sofocos”. Los ingredientes para sofocos y sudores son luprenol, sauzgatillo, beta alanina y cimicífuga racemosa. Suma otra patente con extracto de azafrán para el estado de ánimo y vitaminas del grupo B para la energía. Insiste en que “éste es el único que está destinado a la mujer”.

Ansiedad

El de la ansiedad es para hombres y mujeres, para la ansiedad y el estado de ánimo. Está formulado con activos referenciados en la bibliografía que no solo van a mejorar el estrés y la ansiedad, como la rodiola o la teanina del té verde, sino también la irritabilidad, el estado de ánimo y los pulsos por el dulce gracias al azafrán y a vitaminas del grupo B. Favorece igualmente un sueño reparador por el aporte de plantas tan conocidas como la valeriana o la pasiflora, sin producir somnolencia durante el día.

Sequedad piel y mucosas

Su favorito es Sweet nº3, “que no existía nada igual en el mercado”. Es un producto para la



sequedad de piel y mucosas. Lleva un gramo de EPA, en forma de triglicéridos, para bajar inflamación, y un gramo de espinillo amarillo que, junto con la vitamina D3, es clave para la mujer. Así, está formulado con tres patentes a concentración elevada (Omegatex, Omegia y Quali D3), que garantizan su eficacia, a dosis concentradas, buscando la acción terapéutica. Luego, incluye vitaminas A y E. Este producto se dirige a cualquier patología de la piel inflamatoria. Inicialmente, Arias lo pensó para sequedad de la piel y, sobre todo, de las mucosas (ocular, bucal, respiratoria, digestiva y genitourinaria).

Salud de las mucosas

Sweet nº4 es un antimicrobiano herbáceo; “para cualquier tipo de infección, ya sea vírica, parásitos o bacterias”. Indica que “es un antimicrobiano de amplio espectro, que tampoco hay en el mercado, porque está formulado con aceites esenciales antimicrobianos y con un extracto de semilla de pomelo”. Es para todas las infecciones urinarias u otras como, por ejemplo, vaginitis bacteriana, candidiasis o infecciones respiratorias. No destruye el microbioma y no genera resistencias.

Le preguntamos el motivo de que la marca se denomine Sweet By Asun Arias. Contesta que buscó un nombre que fuera sonoro y corto. Le gustó Sweet “porque puede ser muchas cosas”, en inglés significa dulce y es fácil de recordar. El by Asun Arias es porque la marca es ella. De hecho, será su imagen, “una señora que tiene 55 tacos, con una sintomatología de la menopausia brutal y que no es de las de llevar pañuelo a la cabeza por estar en la menopausia”. Quiere reivindicar que es “la etapa de plenitud de la mujer, en la que hay unos síntomas terribles, pero que se pueden tratar muy bien”.

Adelanta que la previsión es tener unos 15 productos. Informa de que sacará una línea, con cinco referencias, genitourinaria, con el espinillo amarillo de protagonista. Su meta es estar en 1.000 farmacias en total. Se plantea llegar en el primer cuatrimestre a unas 300, de las que están formadas por ella, después de 31 años de trayectoria. “Y en las que la primera recomendación sea mi producto”, declara. Hace hincapié en que es una línea para aliviar síntomas muy importantes y que son de recomendación, que van dentro de una rutina. Los acompañará, para ayudar a las farmacias, de una formación específica, de sus protocolos, que será un punto diferencial: “Yo no quiero ser el número uno en ventas pero sí el número uno en recomendación, que digan que es una cosa que funciona, que soy by Asun Arias”.

Asevera que esta marca se basa en el rigor. Su socia en este proyecto es la **Dra. Lorena Vaquer**, médico especialista en anestesia, reanimación y unidad del dolor, que dirige e imparte el Máster de AMIR en Medicina Estética. La idea de Arias es, una vez que el producto está en el mercado, realizar un estudio clínico de la mano de Vaquer y de la **Dra. Silvia P. González**, su ginecóloga y presidenta electa de la Asociación Española de Menopausia (AEEM). Por supuesto, Arias seguirá colaborando con otros laboratorios. La existencia de Sweet By Asun Arias no choca con su tarea de consultoría. “Es compatible con otros laboratorios, tanto de complementos alimenticios como de dermofarmacia”, asegura. Destaca que hay espacio para todos y que lo que le mueve es “el conocimiento, la experiencia y el buen rollo”. +