

# soyfarma: Una Revolución en la Identidad de la Farmacia

## soyfarma

*La evolución de la farmacia avanza hacia un modelo más competitivo y diferenciado, donde la personalización y la marca propia juegan un papel clave.*

Con esta visión, **Dermofarm e Istituto Ganassini**, dos laboratorios con más de 90 años de experiencia en formulación de productos de alta calidad para el cuidado de la piel, presentan soyfarma, una nueva línea de negocio diseñada para empoderar a las farmacias y ayudarles a consolidarse como referentes en salud.

### UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO PARA LA FARMACIA

soyfarma nace con el objetivo de brindar a las farmacias la posibilidad de potenciar su propia marca a través de productos de Dermocos-

mética y complementos alimenticios personalizados. Cada farmacia, de este modo, podrá ofrecer a sus pacientes productos exclusivos, que refuercen su identidad y aporten valor diferencial al negocio.

*‘El futuro de la farmacia está aquí. Ya no es solo un dispensador de medicamentos, sino un espacio de confianza y referencia en salud’, afirma Elisenda Marfà, Business Unit Director de Sensilis y soyfarma. ‘Queremos ser el partner estratégico de las farmacias, ayudándolas a desarrollar su propia marca con productos que inspiren confianza y perduren en el tiempo.’*

Por su parte, **Christophe Billet, CEO de Dermofarm, añade. ‘En soyfarma apostamos por la investigación científica, la seguridad, la eficacia y la innovación constante, valores que transferimos al farmacéutico para fortalecer su actividad y diferenciar su farmacia.’**

### LOS 5 PILARES DE SOYFARMA

soyfarma se fundamenta en cinco pilares clave que permitirán a las farmacias posicionarse en el ámbito de la salud integrativa:

- 1. Expertise en Formulación:** Productos de alta calidad, personalizados y adaptados a las necesidades individuales de los pacientes, combinando innovación, personalización y sostenibilidad.
- 2. Especialización en Branding:** Colaboración con una agencia de comunicación de prestigio para desarrollar la identidad de marca y el diseño del etiquetado de los productos.
- 3. Marketing y Formación Integral:** Herramientas y formación para que los farmacéuticos brinden una atención de calidad en el mostrador.
- 4. Amplio Portafolio de Productos:** Soluciones en Dermocosmética y complementos alimenticios que permiten a la farmacia ofrecer un enfoque integral en salud y bienestar.
- 5. Compromiso con la Sostenibilidad y la Ética:** Productos respetuosos con el medio ambiente y con la salud de los consumidores.

### BENEFICIOS DE LANZAR UNA MARCA PROPIA EN LA FARMACIA

Adoptar una marca propia en la farmacia no solo permite diferenciarse, sino que también aporta beneficios estratégicos:

- **Mayor rentabilidad:** Al vender productos con marca propia, la farmacia mejora su margen comercial y reduce la dependencia de grandes marcas.
- **Fidelización del cliente:** Un paciente que confía en una marca propia es más propenso a regresar y recomendar los productos.
- **Autoridad y prestigio:** La farmacia se posiciona como un referente en salud y bienestar, con una oferta diferenciada y exclusiva.
- **Flexibilidad y personalización:** Cada farmacia puede adaptar su línea de productos a las necesidades específicas de su público.



Elisenda Marfà, Business Unit Director  
Iberia Sensilis – soyfarma

# La importancia de la marca propia en la farmacia



## ¿Cuál fue la inspiración detrás de soyfarma?

El futuro de la farmacia es convertirse en un espacio de confianza y referencia en salud. Una marca propia permite diferenciarse y generar identidad. En Dermofarm contamos con un gran expertise en formulación y fabricación de productos de alta calidad y eficacia, como Sensilis y Cumlaude Lab. Vimos que nuestra fortaleza podía ponerse al servicio de las farmacias para ayudarlas a desarrollar su marca propia.

## ¿Cómo garantizan que los productos mantengan altos estándares de calidad?

Hoy en día hay pocos laboratorios con el expertise y el recorrido de Dermofarm e Istituto Ganassini en formulación y fabricación de productos de alta calidad y eficacia en Dermocosmética y complementos alimenticios.

Istituto Ganassini es un referente en Dermocosmética desde 1935, combinando innovación, seguridad y eficacia. Seguimos aplicando los mismos métodos rigurosos en la formulación de nuestros productos, en colaboración con médicos especialistas. Con presencia en 89 países, nuestra apuesta por la investigación avanzada y el bienestar de la piel nos permite ofrecer productos de máxima confianza.

## ¿Qué beneficios clave obtiene una farmacia al lanzar su propia marca?

Tres focos importantes:



- **Diferenciación y prestigio:** Potencia su identidad y refuerza su papel como asesor de salud.
- **Compromiso y fidelización:** Genera relaciones más fuertes con sus clientes y fomenta la repetición de compra.
- **Mayor rentabilidad:** Reduce la dependencia de marcas líderes y mejora los márgenes comerciales.

## ¿Cuáles han sido los mayores desafíos en la implementación de este modelo?

El principal reto ha sido concienciar al farmacéutico de que la marca propia es una oportunidad ganadora. Al igual que los servicios en farmacia fueron una forma de diferenciarse, este es el siguiente gran paso para posicionarse en el mercado.

## ¿Cómo ven el futuro de la personalización en la farmacia?

La personalización es el futuro. Apostamos por la innovación en cada ingrediente y formulación para que las farmacias ofrezcan productos únicos y eficaces. **soyfarma representa una auténtica revolución en la oferta de productos y branding personal, una oportunidad real de crecimiento para las farmacias.**

## CONCLUSIÓN: EL MOMENTO DE DAR EL SALTO

soyfarma se posiciona como un aliado estratégico para las farmacias que desean evolucionar y diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo. Gracias a su respaldo en formulación, branding y estrategia de negocio, las farmacias pueden ofrecer productos exclusivos con altos estándares de calidad, garantizando la confianza del paciente y el crecimiento sostenible del negocio.

Con esta iniciativa, las farmacias no solo refuerzan su identidad, sino que también se consolidan como verdaderos referentes en salud y bienestar. Ha llegado el momento de dar el salto y convertir la farmacia en una marca con voz propia.

soyfarma



Para más información, visita  
[www.soyfarma.es](http://www.soyfarma.es)

Realizaremos una ponencia en Infarma de la mano de Christophe Billet, CEO de Dermofarm y Elisenda Marfà, el 25 de marzo a las 16:45 h en la sala 5.2, llamada **"Diferénciate y prepárate para competir"**. Descubrirás el nuevo impulso para tu farmacia. **¡Te esperamos!**

Visítanos en nuestro **STAND D51** en nuestro punto de encuentro soyfarma y te ayudaremos a comenzar con tu proyecto de marca propia.