

LABORATORIOS SESDERMA

EN 1989 UN GRUPO DE PROFESIONALES, PREOCUPADOS POR DOTAR A SUS PACIENTES DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS PARA CADA PATOLOGÍA, CREÓ **SeSDERMA**, LIDERADO POR SU PRESIDENTE EL DR. GABRIEL SERRANO. DESDE SUS INICIOS SU MISIÓN ES CREAR PRODUCTOS DE CALIDAD ATENDIENDO LA NECESIDAD DE INNOVACIÓN EN EL CAMPO DE LA DERMATOLOGÍA.

“Ningún otro laboratorio del mundo tiene una línea entera de productos ‘nano’ como nosotros”

► En Laboratorios SeSDerma llevan más de 20 años al servicio de la dermatología. ¿Cuáles fueron los objetivos bajo los que se creó el laboratorio?

SeSDerma surge de la iniciativa de un grupo de dermatólogos con muchas inquietudes en un campo todavía por explorar: el de la dermoestética. Había necesidades, pero no productos. Comenzamos haciendo las primeras formulaciones que en aquellos años eran de ácido glicólico, del que somos pioneros en todo el mundo. En los primeros años fue todo un “boom”, algo que hoy en cierta medida se mantiene porque es un ácido que tiene unas bondades para la piel excelente. A partir de entonces se empezó a gestar la sociedad partiendo de algo que nosotros hacíamos de forma “casi primitiva”.

► ¿Cómo está diseñado el Grupo?

Inicialmente la empresa nació como SeSDerma, por aquel entonces teníamos 17 productos, una cartera que se ha ido ampliando con el paso de los años. Hoy en la calle tenemos más de 300. El aumento de productos trajo también la creación de nuevas empresas con carteras de productos muy particulares para cada una de ellas. Por ejemplo, hicimos una dedicada a los productos dietéticos muy orientados al área farmacéutica. Así nació la empresa DaeSeS. Lo mismo sucedió con otras empresas del Grupo. Con el tiempo, todo lo que en aquellos años nos parecía maravilloso ha creado una gran dispersión de la marca y una confusión al consumidor. Finalmente decidimos unificar marcas y empresas, dejando sólo dos una de ellas es SeSDerma y la otra es MEDIDERMA, que más o menos agrupa a unas empresas que teníamos dedicadas a productos destinados al campo profesional, a su utili-

zación por parte de los médicos. Y también MEDIDERMA acoge a otras empresas de grupo dietético y nanotecnológico.

► ¿Cuándo comenzaron a llevar a cabo su proceso de internacionalización?

El proceso siempre ha sido una constante en la empresa, desde su nacimiento. Yo quería que fuera internacional, pero en los inicios era muy arriesgado contar mis pretensiones, así que fuimos trabajando poco a poco y a los cinco años de estar operativos ya empezamos a poner nuestra primera bandera, que fue en la República Dominicana. Desde entonces hemos creado

un mercado consolidado allí, donde somos líderes de ventas. Nuestro mercado natural siempre ha sido Latinoamérica, por ello también abrimos una oficina en Colombia, concretamente en Bogotá, de ahí nos extendimos a todos los países como México, Centroamérica, etc. Todos los países salvo Argentina y Brasil, dos emplazamientos en los que no estamos implantados porque no están en nuestro “target”. En el caso de Brasil, existe un excesivo proteccionismo, mientras que en Argentina también es algo parecido. Después de Latinoamérica extendimos nuestro modelo a Europa, empezando por Portugal. Recientemente hemos inaugurado además Polonia. Contamos con filiales que son oficinas de la central española en el caso de Europa, obviamente en otros países como Latinoamérica y Estados Unidos tenemos constituidas sociedades. Otro de los países destacados en el que también estamos presentes es Italia. Además, podemos sentirnos orgullosos de la potente red que abarca los cinco continentes. En total, estamos presentes en 56 países y para 2012 podría ampliarse el número escogiendo nosotros mismo los lugares en los que queremos estar. A veces hemos llegado a zonas de la manera más insospechada, por ejemplo hay un cliente que viene de vacaciones a España un turista que no conoce nuestros productos pero que los adquiere en El Corte Inglés o en la farmacia. Después se ha dado el caso de que se ha puesto en contacto con nosotros a través de un correo electrónico para solicitarnos más cantidades, así hemos descubierto nuevos mercados a los que tras estas experiencias hemos ido a

“

Tenemos actividad en los cinco continentes del mundo, especialmente trabajamos en el americano y europeo



Gabriel Serrano,
presidente

LABORATORIOS SESDERMA



“

Atendemos a más de 6.000 profesionales en todo el mundo relacionados con la Dermatología, la Medicina Estética y a más de 4.000 farmacias

posicionarnos. Otro de los aspectos que nos llevan a elegir una u otra zona para vender allí nuestros productos, es la labor que realiza el departamento internacional que genera estrategias para estudiar el consumo del país, la edad de la población, las tendencias...

► ¿Cómo organiza su trabajo el Grupo SeSDerma?

En realidad es muy sencillo, trabajamos como una empresa o laboratorio farmacéutico. Visitamos a los médicos y los médicos son los que finalmente hacen que un producto lo pueda usar cualquier usuario. Además, también trabajamos con El Corte Inglés, concretamente con la sección de Parafarmacia, donde somos líderes de ventas. Contamos con personal exclusivamente dedicado a trabajar para la sección de El Corte Inglés dado el éxito que estamos teniendo. En los momentos actuales hay que trabajar más si cabe para estudiar cómo no deben caer las ventas, posicionamiento de productos, campañas de difusión, etc.

SeSDerma se impone a grandes multinacionales cosméticas

Los gurús de la economía advierten que ante las crisis de nada vale lamentarse.

La mejor fórmula para salir airosos de ella es innovar, innovar e innovar. SeSDerma, parece tener claro este concepto. Gracias a su política de I+D constante acaba de imponerse a gigantes internacionales de la talla de Caudalie, Avène, Lierac y SkinCeuticals. Uno de sus productos, concretamente su C-Vit liposomal serum, ha sido elegido como ‘Producto más innovador en antienvjecimiento’ en los Premios Cosmética y Farmacia 2011 que deciden los farmacéuticos de toda España mediante un sistema de votación on line. Por detrás han quedado, en la misma categoría, productos como Serenage pieles maduras de Avène, Blemish Age de SkinCeuticals, Premier Cru Yeux de Caudalie y Premium Anti âge global serum régénérant extrême de Lierac. La sexta edición de estos premios, organizados por el semanario Correo Farmacéutico, ha batido el récord de participación con un total de 120 candidaturas presentadas.



► ¿Qué proyectos tienen previsto acometer en 2012?

Uno de los proyectos significativos que llevaremos a cabo será un cambio muy importante en la facturación de la empresa porque hemos apostado mucho por el aspecto internacional. De la noche a la mañana no empezamos a exportar, en nuestro caso nos requieren una serie de registros sanitarios y autorización para poderlo comercializar. Y hay que tener en

cuenta que cada país tiene sus propias normas. Existen muchas barreras a la hora de salir a diferentes países, no en Europa donde no existen grandes barreras, pero sí en determinados países como los árabes en los que todo debe estar en su idioma. Son dificultades añadidas que en el año que comienza intentaremos superar por completo. Pocas empresas españolas hacen lo que realiza SeSDerma, nosotros vamos a ferias y congresos internacionales



y a veces nos encontramos sin compañía española. Ojalá que otras empresas se animen a apostar por la parte internacional porque las cosas deben ir por ahí para evolucionar.

► **¿Cuántas personas componen la plantilla de su Grupo?**

SeSDerma tiene en estos momentos unos 250 empleados en el territorio nacional. De ellos parte están en la fábrica y otros en la red comercial. También contamos con promotoras en El Corte Inglés, Carrefour y Alcampo. En Colombia contamos además con una gran infraestructura compuesta por 74 personas, es una de nuestras filiales más importantes, ya que Colombia influye mucho en el consumo de otros países como Venezuela, Perú, Chile... En República Dominicana la plantilla es muy similar, que estemos allí no es casual, tiene una explicación lógica y es que en República Dominicana cuentan con el mayor Instituto Dermatológico de toda Latinoamérica, por el que pasan 1.500 pacientes diarios, además es un gran centro de formación. Para nosotros repercute totalmente en el área.

► **¿Es más valorada la cosmética europea que la americana?**

Lo que está claro es que la cosmética europea tiene grandes ventajas respecto a la americana. Cuando nosotros analizamos los activos que llevan los productos cosméticos vemos que casi todos están producidos por empresas europeas, fundamentalmente francesas, españolas, alemanas... La industria europea es muy poderosa en activos por lo que somos referentes mundiales y el público nos pre-



SeSDerma sigue desarrollando una intensa labor de investigación, que tiene como resultado una continua aportación de productos novedosos

fiere, algo que nos permite generar un gran avance en todos los aspectos.

► **¿Cuál diría que es uno de los mayores valores de SeSDerma?**

Creo que uno de nuestros principales valores es el ser una empresa nanotecnológica. No hay ningún laboratorio que tenga una línea entera de productos de dermatología que sean "nano", nosotros hace ya dos años que

los tenemos en la calle. Ha sido todo un éxito y nos traerá muchas ventajas. Sus posibilidades a todos los niveles son grandísimas, es nuestra principal apuesta. Trabajamos en activos que actúan sobre los genes.

► **¿Tienen previsto que con los cambios que se han realizado y que se van a realizar en la empresa exista un aumento de facturación?**

Sí, somos muy positivos. Las facturaciones que hemos tenido hasta ahora rondan los 20 millones de euros, es algo que va a cambiar totalmente porque pensamos que vamos a duplicarla en un tiempo récord. Así lo dicen nuestras expectativas elaboradas por expertos en la materia, siempre que la implementación de la estrategia que se ha desarrollado se realice de forma adecuada. Algo a lo que también contribuirá la agrupación de las marcas que hará que los consumidores nos identifiquen más rápidamente.

► **¿Han cumplido los objetivos que se fijaron con la creación de SeSDerma?**

Sin duda alguna, aunque los objetivos al igual que la empresa han ido creciendo con el tiempo. Pero hay que destacar que hemos logrado lo más importante para nosotros que es tener la confianza del público, el cliente nos valora, prueba uno de nuestros productos y tras comprobar su calidad va al mercado a comprar otras variantes. Es algo usual que un cliente de SeSDerma tenga varios productos de nuestra marca en su casa. Sin duda, es nuestro principal objetivo y lo hemos cumplido gracias a que trabajamos con la máxima calidad y la máxima innovación.

sesderma®
listening to your skin

Polígono Industrial Rafelbuñol
Calle Massamagrell 3
46138 Rafelbuñol (Valencia)
Tlf: 902 100 223
www.sesderma.com