

# ‘Coaching’, un plus para hacer más completo el consejo en dermofarmacia

▶ La formación del experto en cosmética se sumaría al trabajo del profesional que es capaz de motivar, trabajar los objetivos y mejorar la autoestima del usuario

ENRIQUE MEZQUITA

redaccion@correofarmacautico.com

El *coaching* es un acompañamiento al cliente cuyo fin es facilitarle la toma de decisiones y el cambio de una situación presente a una deseada y realista en el futuro. Con esta filosofía, las aportaciones y el enfoque de este experto encajan perfectamente en el campo de la dermofarmacia, como ya está ocurriendo en otras áreas, como la nutrición. De hecho, cada vez es más habitual oír hablar del *beauty coach*, un experto en cosmética que recomienda productos y saca lo mejor de cada cliente. Por tanto, el *coach* puede ser un complemento al consejo que el farmacéutico puede dar en *dermo*, como señalan los expertos consultados por este periódico.

Según la *coach* Lola Noguera, una de las propuestas básicas de esta actividad es que el “usuario pase de ser un sujeto pasivo que sólo recibe consejos o remedios” a otro mucho más activo en relación a su bienestar, e implicado activamente en su tratamiento, en este caso cosmético.

Es más, entiende que en la belleza, al tener un importante componente subjetivo, puede ocurrir que, a veces, “el tratamiento no cumpla con las expectativas del usuario”. Por ello, defiende que “un consejo de belleza complementado por el trabajo de un *coach* personal, además del valor de la personalización en un sentido integral, contribuirá a mejorar la imagen y la autoestima del usuario de forma consciente”, comenta.

Para Ana Prada, farmacéutica y especialista en cosmética, la *dermo* es una sección muy importante en la botica, pero también representa un mercado muy competitivo, por ello contar con la colaboración de un *coach*, que trabaje en equipo con el experto en cosmética, podría ayudar a sacarle un mayor partido a esta categoría, consiguiendo mejores resultados en el cliente y también en el ne-

## LA ‘RUEDA DE LA VIDA’

Descripción y uso de una de las técnicas más usadas en el *coaching* personal.



La *rueda de la vida* es una técnica de *coaching* personal que se emplea sobre todo cuando se empieza a trabajar con el usuario o *coachee*. Sirve para evaluar el momento actual de una persona en un momento muy concreto. La rueda está dividida en diferentes parcelas o áreas de la vida de un individuo y éste tiene que valorar del 1 al 10 cuál es el grado de satisfacción en cada una de ellas. Cuanto más cerca del centro se posiciona menos satisfacción. Los resultados de esta técnica permiten desarrollar un plan de acción y decidir por dónde empezar a trabajar.

Fuente: Universidad de Cantabria.

gocio. A su juicio, se sumaría “la motivación que ejerce el *coach* y la formación y la argumentación del experto en dermofarmacia”.

Ahora bien, Rocío Rodríguez, licenciada en Psicopedagogía y experta en *coaching*, apunta que la labor que lleva a cabo este profesional la realiza dentro de un proceso estructurado, con sesiones en las que el *coach* utiliza técnicas y

■ Para ser efectivos, el farmacéutico y el ‘coach’ deben estar en continua comunicación

mircrotécnicas para ayudar, guiar y orientar al cliente en el proceso (ver imagen superior). A modo de ejemplo, explica que si en la conversación el cliente está describiendo lo que quiere y dice algo que es poco realista, el *coach*, a modo de espejo, le parafrasea para que oiga lo que ha dicho y, así, se de cuenta de que lo que pretende es difícil de conseguir. Más ejemplos: cuando un paciente está angustiado y con la autoestima muy baja

por el aspecto de su piel es importante que el experto trate de normalizar esa situación de angustia y ayude a esa persona a entender que su caso no es único y que sus emociones son las que corresponden a esa situación”. Además, resalta la necesidad de dotar a esa persona de los recursos necesarios para que vea “que tomando decisiones le ayudará a tener un aspecto distinto y a mejorar su autoestima”.

Estas técnicas, comenta la psicopedagoga, se trabajan en una conversación y con ejercicios y siempre bajo el pilar de la escucha activa empática. Eso puede suponer, a veces, un proceso largo que exige la necesidad de mantener la motivación y trabajar en la conducta, las emociones y los pensamientos.

### CON PLANIFICACIÓN

Para Noguera, el farmacéutico experto en *dermo* y el *coach* forman un binomio perfecto, ya que ambos trabajan por el bienestar y la salud del usuario.

No obstante, para conseguir sumar esfuerzos estos profesionales tienen que estar en constante comunica-

ción cada uno desde su ámbito de especialización y desarrollar una planificación eficaz. Así, el trabajo de acompañamiento al usuario podría empezar con la formulación de una serie de preguntas que permitan al usuario tomar conciencia de todo lo que puede conseguir a través de un tratamiento de dermocosmética. Algunas de esas preguntas pueden ser: ¿qué quiere

■ Trabajar los pensamientos y las emociones exige un proceso estructurado

conseguir? ¿Qué le aportaría ese logro? ¿Qué ha hecho anteriormente en este sentido? ¿Qué le hace empeorar? ¿Cómo le ven otras personas?

Rodríguez añade que esa labor, donde se comparte información, debe realizarse “respetando la confidencialidad y bajo autorización y voluntariedad del cliente, para ayudarle mejor y obtener los resultados que desea siempre que sean realistas, algo que trabajará previamente con el *coach*”.



Pedro Mata, de la Fundación Hipercolesterolemia Familiar.

## Hipercolesterolemia familiar: “La farmacia es clave en su detección”

▶ España está pendiente de la aprobación de una estrategia nacional

J. G. V. “La farmacia comunitaria tiene un papel muy importante en la detección de pacientes con hipercolesterolemia familiar y se tendría que poner más su labor en este sentido”. Es la opinión de Pedro Mata, presidente de la Fundación Hipercolesterolemia Familiar y del Servicio de Medicina Interna de la Fundación Jiménez Díaz de Madrid.

Mata, uno de los impulsores de la Estrategia nacional de detección de la hipercolesterolemia familiar, pendiente de aprobación por el Ministerio de Sanidad, recuerda que “esta patología es el trastorno genético más frecuente y cursa con elevados niveles de colesterol-LDL (c-LDL) desde el nacimiento aunque con frecuencia no se detecta hasta la edad adulta”. Este aumento crónico en el c-LDL “se asocia con enfermedad aterosclerótica cardiovascular prematura, especialmente enfermedad coronaria como el infarto de miocardio. Sin embargo, las tasas de mortalidad cardiovascular han disminuido desde la introducción de las estatinas”.

Así, “se estima que su prevalencia puede estar entre una de cada trescientas personas en la po-

blación general por lo que más de 130.000 personas presentarían esta patología en España”.

A pesar de su conocimiento y de su “fácil diagnóstico”, la mayoría de los pacientes no están diagnosticados ni adecuadamente tratados”, de ahí la importancia del farmacéutico, un profesional sanitario que “tiene un contacto continuo y directo con estos pacientes y que puede sospechar de su existencia”, destaca.

### DERIVAR AL MÉDICO

Habitualmente, explica el experto, “la población general tiene unas cifras de colesterol en sangre de 200 mg/dl, sin embargo, los pacientes con este trastorno pueden llegar a alcanzar el doble y, en la infancia, pueden verse casos de niños con colesteroles superiores a los 300 mg/dl”. Por regla general, “a edades tempranas, no ofrece síntomas, pero el colesterol, a lo largo de la vida, se va depositando en las paredes de las arterias, produciendo un estrechamiento de las mismas y originando enfermedades cardiovasculares”, indica.

Con esta información, Mata propone a los farmacéuticos “derivar al médico a todos aquellos pacientes adultos que presenten valores iguales o superiores a 280-300 mg/dl”. De esta forma “se podría llegar a reducir las cifras de infradiagnósticos y mejorar la terapia de estos pacientes”.