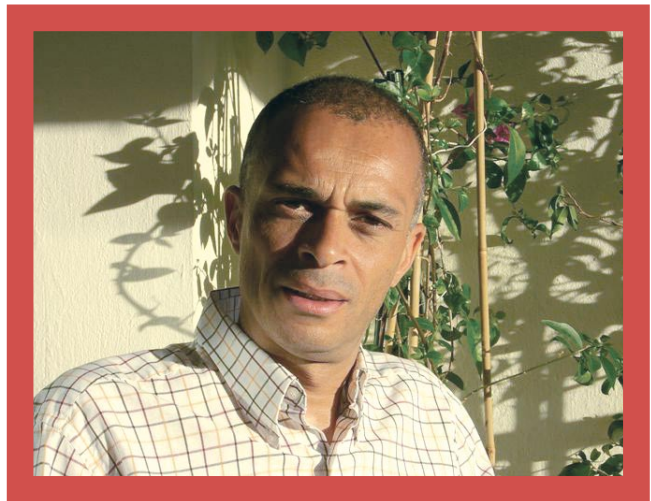


Un referente mundial en tratamientos faciales

Entrevista a Dominique Sloan,
Director General de Dermotechnic



Dermotechnic es distribuidor exclusivo de la marca CACI (Computer Aid Cosmetology Instrument) en Europa. CACI es un sistema americano desarrollado en principio para tratar las lesiones de los deportistas. Después de haber comprado la patente, el nuevo propietario de la marca la ha adaptado al sector de la estética y la ha desarrollado en Inglaterra donde se encuentra la casa madre. Hoy CACI es un referente mundial en tratamientos faciales del lifting natural sin cirugía con clientes fieles que buscan dónde seguir el tratamiento en sus viajes.

Cabines : ¿Cuál es la especificidad de su marca?

Dominique Sloan: La marca desarrolla sistemas exclusivos combinando microcorrientes y ultrasonidos que van a actuar principalmente sobre los músculos del rostro para provocar una activación del tejido conjuntivo, de ahí el efecto tensor natural. Esta tecnología no invasiva e indolora ha sido esencialmente adaptada en el tratamiento del rostro, pero puede cuidar también el cuerpo.

Hoy la clientela de CACI está constituida por institutos de belleza, spas, pero también profesionales del ámbito sanitario (cirujanos plásticos, dermatólogos...). Más de 5.000 centros en el mundo están equipados con esta tecnología que se presenta como una alternativa a la cirugía plástica.

C. : ¿Qué ventajas ofrecen los tratamientos no invasivos?

D.S. : Generalmente los primeros signos del envejecimiento empiezan a partir de los 35 años; las arrugas se forman alrededor de los labios y en la frente. Con el tiempo la producción de colágeno y de elastina se ralentiza, la epidermis pierde tonicidad, la piel aparece menos hidratada y el contorno del rostro se desdibuja. A muchas personas les gustaría borrar los signos del tiempo, la degradación de la cara sin recurrir a la cirugía plástica o a algunas técnicas médicas invasivas y dolorosas (inyecciones de botulina, mallas, silicona...).

Los sistemas de Dermotechnic-CACI son un concentrado de alta tecnología médica totalmente adaptada a los músculos del rostro que ofrece un tratamiento facial para la estructura de la piel, estimula el tejido conjuntivo del rostro, cuello, y escote. Son tratamientos indoloros para el cliente final y pueden utilizarlos todo tipo de personas que deseen perfeccionar su belleza, sin dolor ni sacrificios ni intervención quirúrgica. Además proporcionan un efecto relajante basado en un reequilibrio de los potenciales energéticos del cuerpo.

C.: Háblenos de los sistemas, ¿cuáles son los puntos fuertes de la gama CACI?

D.S.: CACI propone varios sistemas: CACI MKII, el más conocido, que permite el lifting natural del rostro; Quantum,

sistema facial y corporal, es un equipo que combina adelgazamiento y lifting; Futur Tech actúa sobre la regeneración cutánea; CACI Ultra reúne en un solo aparato el lifting natural del rostro y la regeneración cutánea; iLite es un sistema de luz pulsada utilizada para la depilación de larga duración, el tratamiento del acné y la regeneración de la piel.

Todos estos aparatos son de poco peso y tienen una buena movilidad. Han sido concebidos para profesionales y ofrecen realmente una utilización fácil tanto en la manipulación como en el protocolo. Han sido equipados con una pantalla táctil

El mercado español es muy interesante por su dinamismo y su crecimiento, superior al resto de Europa.

y presentan la particularidad de estar pre programados para 10 sesiones. Para obtener unos efectos duraderos se recomienda efectuar una cura de 10 sesiones repartidas entre 6 a 8 semanas y después una sesión de mantenimiento mensual a fin de conservar los beneficios.

C.: ¿Qué nos puede decir de su novedad Dermolite?

D.S.: Se trata de un aparato de alta tecnología revolucionario basado en luz pulsada amarilla asociada a una corriente vibrante. Según estudios médicos Dermolite emite una serie de ondas de luz amarilla creando efectos estimulantes, tonificantes y purificantes para la piel. El principio de la corriente vibrante añadida a esta fuente luminosa amarilla tiene por objetivo aumentar la permeabilidad de la estructura de células provocando un reajuste de las células epidérmicas. La creación de nuevos canales de electrones en las capas intercelulares favorece el drenaje de los tejidos conjuntivos y la circulación del agua. La penetración de los principios activos de los productos cosméticos se convierte en óptima hasta en las capas de la piel más vitales gracias a la electro-ósmosis. Al contrario que la corriente básica continua que rompe la impedancia de la piel, las vibraciones adicionales especiales de la corriente vibrante aseguran un tratamiento eficaz sin efectos secundarios con un confort muy relajante.

C.: ¿Cuáles son sus efectos sobre la piel?

D.S.: La luz pulsada amarilla estimula el metabolismo celular, la producción de colágeno y tonifica la piel para una acción de vasodilatación superficial. Esta reactivación y aumento del flujo sanguíneo aseguran un aporte de oxígeno a

las células facilitándoles una destoxificación. La acción de la microcorriente por vibraciones adicionales especiales permite amplificar los efectos beneficiosos de la fuente luminosa para una mejor penetración de activos cosméticos y obtener así los mejores resultados.

C.: ¿Qué tratamientos ofrece Dermolite?

D.S. : Los tratamientos son agradables y relajantes para los usuarios. Se dirigen a hombres y mujeres de todas las edades con resultados visibles desde la primera sesión. El equipo ofrece once protocolos de una duración entre 10 y 20 minutos, suficientes para tonificar o rehidratar una piel. Por citar algunos Dermolite ofrece una exfoliación y limpieza de la piel, un tratamiento anti-edad, anti-manchas o incluso anti-estrés.

C.: ¿Cuáles son las ventajas del sistema Dermolite?

D.S.: Se trata de un sistema high-tech, compacto y recargable que soporta la humedad para su utilización en las cabinas de spa. Con una garantía de dos años, es muy económico y permite mezclar nuestros protocolos con otros sistemas u otros tratamientos.

C.: ¿De qué manera se desarrolla la formación para estos aparatos?

D.S.: Como fabricante y distribuidor exclusivo de la marca desarrollamos diferentes servicios de calidad: la formación es primordial para una práctica perfecta de nuestros protocolos. Los formadores Dermotechnic- CACI han sido preparados por la casa madre. Todos nuestros aparatos necesitan una formación de tres días y una revisión de los conocimientos seis meses más tarde. Dicha formación está incluida en el precio de la compra. Soy muy cuidadoso en este punto dado que hoy CACI está reconocido como EL protocolo facial. Cabe señalar que durante sus viajes, la clientela inter-



nacional está siempre a la búsqueda de un centro para poder continuar su tratamiento... La calidad del servicio ha de ser la misma en todas partes.

C.: ¿Cuál es su posicionamiento económico?

D.S.: CACI es una tecnología americana ensamblada en Inglaterra con componentes 100% europeos. Es una oferta atractiva que se puede amortizar fácilmente. Además, nuestra empresa ofrece varias formas de pago para la compra de nuestros equipos: leasing y renting por 6 meses

La marca se beneficia de una reputación internacional y desde hace muchos años está presente a través de los mejores centros y los más conocidos del país.

sin obligación de compra. La venta de cada aparato está acompañada de un pack de productos. Se compone de diferentes cremas, fluidos, tónicos e hidratantes y de un producto exclusivo: bastoncillos de algodón imbuidos de serum tensor. Este producto ha tenido tal éxito que ahora está disponible para la venta a domicilio.

El establecimiento no tiene la obligación de comprar estos productos, aunque todos ellos han sido específicamente adaptados al uso de las ondas y las frecuencias, estando por tanto recomendados para este tipo de tratamientos.

C.: ¿Cómo apoyan al centro de belleza?

D.S.: La venta cuenta con un programa de marketing adaptado a cada salón. Comprende varios folletos, DVD de formación o institucionales, y sobre todo un apoyo personalizado a través de operaciones de comunicación (mailings, talleres de presentación...) para ayudar al centro a promocionar su servicio. Numerosas celebridades no pueden prescindir de los tratamientos CACI... Queremos encontrar esa relación en toda la clientela. Para ello, disponemos de un portal en Internet www.dermotechnic.com en cuatro idiomas e interactivo con una parte destinada a los profesionales y otra al consumidor final.

C.: ¿Cuál es la situación de la marca en España?

D.S.: La marca se beneficia de una reputación internacional y desde hace muchos años está presente a través de los mejores centros y los más conocidos del país como por ejemplo el de



Maribel Yébenes en Madrid quien experimentó el sistema de primera generación. Tenemos una fuerte presencia en el sur de España donde contamos con una oficina para proporcionar apoyo a toda nuestra clientela con una sala de exposición, sala de formación y además ponemos a la disposición del cliente todas las herramientas del marketing.

C.: ¿Qué opina del mercado español?

D.S.: El mercado español es muy interesante por su dinamismo y su crecimiento, superior al resto de Europa. En pocos años las principales ferias como Salón Look de Madrid o Cosmobeauty de Barcelona se han afianzado en la industria de la belleza con marcas de prestigio y de calidad. Además la clientela está muy abierta a la oferta de tratamientos profesionales ofrecidos por una red de spas y centros de belleza muy modernos.

C.: ¿Cómo es su sistema de distribución?

D.S.: Actualmente tenemos varias oficinas en Europa (Francia y Suiza) lo que nos permite dar la misma calidad de servicio de la casa madre y ofrecer un concepto global al servicio de la belleza con una gama muy amplia de aparatos para spas, centros de belleza e incluso para esteticistas a domicilio con el nuevo sistema Dermolite.

C.: ¿Qué proyectos tiene para nuestro país?

D.S.: En el transcurso del año, abriremos unas oficinas en Madrid y Barcelona con aulas de demostración para presentar nuestra línea de últimos equipos y poder proporcionar formación, asistencia técnica y comercial. Somos muy conscientes de la potencialidad del mercado español y queremos estar a la altura de nuestras ambiciones ofreciendo todas las garantías de un sistema de alta tecnología con un alto grado de amortización.