

Cirugía Plástica Villafañe cumple su décimo Aniversario en Pamplona



La calidad, no sólo en la cirugía sino también en la atención. Y no sólo durante la intervención, sino en la atención prestada antes y después de la misma. Esta es la clave del trabajo de Oscar Villafañe, médico especialista en cirugía plástica, reparadora y estética, así como en cirugía de la mano y microcirugía. Su consulta en Pamplona cumple este año su décimo aniversario, con un balance "muy positivo", y con un reto por delante: "Seguir trabajando, como hasta ahora, con seriedad, ilusión y entrega a mis pacientes".

Licenciado en Medicina por la Universidad de Navarra, Villafañe es un profesional de reconocido prestigio y con un extenso currículum en el que destacan, entre otros, sus nueve años en Inglaterra aprendiendo las técnicas más novedosas. Desde hace diez, trabaja al frente de la clínica Cirugía Plástica Villafañe, en la capital navarra, ubicada en la actualidad en la Avenida Sancho el Fuerte 57, 1ªA,

Modernizando

En esta década ha ido modernizando las técnicas con las que trabaja, con unos servicios mejorados pero siendo cauto. "Cuando sale algo nuevo", explica, "opto por dejar pasar un tiempo hasta ver que posibles efectos secundarios o complicaciones puede tener con el paso de los años. Prefiero ser

más conservador y asegurar resultados óptimos con menos riesgo y el tiempo me ha dado la razón con esta forma de trabajar, ya que muchas veces vienen a la consulta pacientes, para que les resuelva problemas ocasionados precisamente por este tipo de prácticas que yo nunca he utilizado".

Villafañe procura siempre dar mucha información antes de la cirugía, porque "así el paciente va más tranquilo e informado, eso les da mucha confianza". El paciente puede acudir a la consulta tantas veces como quiera a resolver dudas y si no las tiene, subraya, "igualmente le hago venir varias veces para seguir paso a paso los protocolos adecuados".

Una de sus máximas a la hora de trabajar es la honestidad. En primer lugar, cuando un paciente acude a su consulta le abre una historia médica, con sus antecedentes. Después, "escucho cuáles son sus demandas o expectativas y si éstas no son viables, realistas y convenientes para su salud, trato de explicárselo. Incluso hay veces que les digo que no van a quedar bien y que no soy partidario de intervenirlas".

Según explica, en muchas ocasiones han acudido a su consulta pacientes queriéndose someter a intervenciones quirúrgicas que, por su estado de salud, no eran convenientes ni recomendables, "y honestamente así se



lo hago saber". Y esto es así, porque "detrás de un cliente se ve a un consumidor final, mientras que detrás de un paciente hay una persona con una historia personal y una psicología que por supuesto también hay que valorar antes de intervenirle".

Su trato con los pacientes según sostiene, trata siempre de "ser muy cercano, muy honesto y trato de preocuparme por ellos las 24 horas del día". Cuando acaba una cirugía, "para mí no acaba ahí, veo al paciente a diario incluso si es sábado o domingo, sigo su evolución paso a paso. No soy capaz de desconectar, se puede decir que vivo por y para mis pacientes", concluye.



Berroa Garden inaugura en Navarra un nuevo punto de venta Jardinarium

Un espacio de naturaleza e inspiración, donde los clientes pueden encontrar propuestas alternativas, únicas y diferenciales para sus hogares, en plantas y macetería, mobiliario y decoración. Así es Berroa Garden, el nuevo punto de venta de Jardinarium en Navarra, inaugurado en la localidad de Huarte. La experiencia y la profesionalidad de los asesores de jardinería, además del trato personalizado y adaptado a las necesidades de cada consumidor, son sus principales propuestas de valor.

Navarra ha sido el lugar elegido para la inauguración del segundo centro de ventas de Jardinarium en España, ya que en febrero inició su proceso de transformación de central de compras en central de ventas con unas primeras instalaciones en Aranjuez. Esta segunda apertura coincide con el 7º aniversario del centro asociado y para la ocasión se han implantando innovadoras secciones para maximizar la satisfacción en la experiencia de compra de sus clientes. De esta forma, una de las principales novedades es la puesta en escena con la recreación de espacios de exterior e interior, como el Huerto Urbano, un Balcón florecido, un Jardín Familiar, entre otras,



o la disposición de Ambientariums. Y es que, aunque nuevo, el centro Jardinarium Berroa Garden cuenta con una experiencia próxima a los 25 años en el sector de la jardinería. En sus primeros años, la empresa centró su actividad en la producción de planta de hortaliza, comercialización de productos y suministro para agricultura intensiva y realización de montajes de invernaderos, riegos y fertilización. Desde 2004, Berroa Garden se constituyó como centro de jardinería, enfocando sus servicios tanto a particulares como a entidades públicas y privadas.

Así lo explica la familia Basterra, propietaria de Berroa Garden, que asegura que formar parte de Jardinarium les brinda "una mayor proyección y una mejora de la gestión de nuestro centro, que se evidencia finalmente en la profesionalización en el servicio de ventas." El Grupo Jardinarium, con 37 puntos

de venta repartidos por España, centra su objetivo para este 2011 en la consolidación en el mercado del modelo de garden. En los últimos 7 años de actividad, la central de compras ha ido definiendo un modelo de Garden "propio, competitivo y rentable que ha culminado este 2011 con la decisión de dar un paso adelante, abriendo la posibilidad a sus asociados de convertir sus gardens en puntos de venta Jardinarium, con el objetivo de prepararse para asumir los retos a los que se enfrenta el sector en un futuro inmediato", añaden sus responsables.

Por último, señalan además que desde su constitución y con el apoyo de AN-CECO, Jardinarium se proyecta como la primera central de compras y servicios de jardinería de España, "enfocando todos sus pasos hacia la consolidación de una marca sólida, primero ayudando a sus asociados a organizar sus centros de jardinería, reduciendo el stock y mejorando el surtido de producto; después con la disposición visual, colocación del producto y organización de la oferta por secciones, para finalmente llevar a cabo este año la implantación progresiva de puntos de venta por todo el territorio".