

“El sector de autocuidado apuesta claramente por la I+D”

LOS CIUDADANOS SON CADA DÍA MÁS CONSCIENTES DE QUE AUTOCUIDARSE LA PIEL ES EL CAMINO ADECUADO PARA PREVENIR PROBLEMAS DE SALUD. LAS EMPRESAS ASOCIADAS A ANEFP PONEN EN EL MERCADO PRODUCTOS QUE RESPONDAN A SUS NECESIDADES ACTUALES.



Jaume Pey



el ámbito de los productos de dermofarmacia". Describe que la pandemia ha impactado fuertemente en los hábitos de los ciudadanos en relación con sus rutinas de salud, sobre todo desde el punto de vista de la prevención, campo en el que los productos cosméticos tienen una gran relevancia. "La protección de la piel frente a las agresiones solares, la importancia de la hidratación y las rutinas de limpieza con los productos más adecuados a cada tipo de piel, son sólo algunos ejemplos de la aportación del segmento dermo al cuidado de la salud", destaca.

Por otra parte, la utilización diaria, como elemento protector frente a la pandemia, de las mascarillas ha tenido un impacto no siempre

El segmento de dermofarmacia ha continuado con su adaptación a las necesidades actuales de los consumidores, unos consumidores cada vez más digitalizados y demandantes de productos que sean más individualizados y estén comprometidos con el medio ambiente. **Jaume Pey**, director general de la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp), indica que "la comunicación a través de los distintos canales sociales, la formación sobre producto a los profesionales sanitarios y el desarrollo del e-commerce han sido tres ejes clave de la actividad desarrollada por el sector de autocuidado en

positivo para la piel de la cara. En este sentido, "desde la industria dermo se ha dado respuesta, a través de la puesta en el mercado de productos para ayudar a reducir los granitos y otras imperfecciones de la piel, sobre todo en el caso de las pieles más sensibles, que han sufrido más con la utilización de la mascarilla, en muchas ocasiones durante más de ocho horas al día".

Añade que dermocosmética y salud están ligados. "Los ciudadanos son cada día más conscientes de que autocuidarse la piel es el camino adecuado para prevenir problemas de salud", asegura. Alega que "una

especial dermofarmacia

buena prueba de esta unión de dermocosmética y salud es que cada vez más consumidores tienen detectada la farmacia como su punto de venta de referencia cuando buscan productos para el cuidado de la piel, siendo la recomendación del profesional farmacéutico también clave a la hora de acudir a la farmacia".

Pey subraya que *"los farmacéuticos cuentan cada día con una mayor formación en productos dermo, lo que contribuye a que los ciudadanos depositen su confianza en ellos a la hora de dar respuestas a las necesidades y cuidados de su piel".*

Nuevo consumidor

¿Cómo están enfocándose desde anefp y sus empresas asociadas a este nuevo consumidor? Responde que ponen en el mercado productos que respondan a sus necesidades actuales, que sean eficaces, innovadores, sostenibles, etcétera. Además, establecen contacto con ellos a través de los canales en los que están presentes como, por ejemplo, las redes sociales.

Recuerda que *"la presencia digital es hoy en día imprescindible".* Para ello, están desarrollando, en colaboración con Ágora Sanitaria, un programa de digitalización de la farmacia. Ya han celebrado dos webinars, que han contado con la asistencia de más de 400 farmacéuticos, y en los que se han abordado en detalle aspectos de la comunicación en redes sociales y de la mejora de la fidelización de clientes con herramientas digitales en la farmacia.

En relación con la sostenibilidad de los productos que demandan los consumidores, *"el sector tiene el compromiso de avanzar hacia una*

economía circular". Con este objetivo, ponen en marcha acciones formativas en materia de economía circular, como la organización de la conferencia *Nuevos criterios EU Ecolabel para productos cosméticos.* También han creado en anefp el Comité de Trabajo de RSC y Sostenibilidad, que tiene como objetivo avanzar en el desarrollo de una política sectorial en este ámbito. Pey insiste en que *"ser verde y ser sostenible es un pilar estratégico del sector de autocuidado, comprometido con la salud y el medio ambiente".*

El director general de anefp piensa que, en estos momentos, *"damos mucha importancia al cuidado de la piel en general, haciendo mucho hincapié en la protección solar y en la hidratación".* Buena muestra de ello es la utilización de solares para prevenir enfermedades o para evitar la aparición de manchas. Desde hace algún tiempo, *"el protector solar se ha convertido en un habitual de nuestra rutina diaria de autocuidado durante todo el año y no sólo en la época veraniega".*

Protección solar, hidratación y también productos para prevenir el envejecimiento de la piel y evitar la oxidación son claros imprescindibles de las rutinas de cuidado de la piel hoy en día.

Asevera que *"el sector de autocuidado apuesta claramente por la I+D y así lo demuestra poniendo en el mercado productos que se adaptan a las necesidades de los ciudadanos".* Actualmente, España se sitúa en el ranking top 10 de países exportadores de productos de belleza.

Asimismo, menciona el compromiso del sector cosmético con la reducción del uso

"Los farmacéuticos cuentan cada día con una mayor formación en productos dermo"

de microesferas. Desde 2018 y de manera voluntaria, las compañías están trabajando en esta línea.

Le preguntamos cómo luchar contra la falta de adherencia o de constancia en los tratamientos tópicos. Pey puntualiza que *"transmitir una información adecuada sobre el producto es la mejor herramienta para asegurar la adherencia al tratamiento por parte de los ciudadanos y garantizar así la eficacia del producto y la curación de la dolencia".*

A su entender, el rol del farmacéutico es importantísimo para trasladar esta información y resolver todas las dudas que el ciudadano pueda tener en relación con la utilización del producto, así como para hacer un seguimiento personalizado y detectar posibles derivaciones necesarias al médico. Concluye que *"anefp reconoce y pone en valor el rol del farmacéutico en esta transmisión de información y continúa con su compromiso de formación sobre el producto de los farmacéuticos".* Es a los que consideran *"los verdaderos influencers de la dermocosmética".* +

La sostenibilidad, uno de los pilares del presente

Según Jaume Pey, *"la sostenibilidad es, junto a la digitalización, uno de los pilares de presente y de futuro de todos los ámbitos del sector de autocuidado".* Ambos han venido para quedarse y han supuesto un cambio de paradigma en los procesos de la cadena de valor. La industria cosmética está continuamente repensando y reorientando sus procesos industriales, para, sin dejar de desarrollar productos innovadores, hacerlo de la manera más sostenible con el medio ambiente.

Las empresas tienen que adaptarse a las políticas europeas enmarcadas dentro del *"Green Deal"*, que afectan a numerosos sectores, entre los que se encuentra el cosmético. Además, con el objetivo de adaptarse a este pacto, ya se ha iniciado la creación y revisión de normativas para que el sector, a todos los niveles, evolucione hacia una economía circular. *"Este objetivo está alineado con lo que reclaman hoy los consumidores, especialmente las nuevas generaciones, muy concienciadas con el medio ambiente. Sin duda, el hecho de que un producto sea sostenible repercutirá, ya lo está haciendo, en la toma de decisión de compra de un producto"*, declara. Las compañías del sector cosmético están avanzando en el ámbito de la sostenibilidad, desde la utilización de materias primas obtenidas a partir de subproductos de otras industrias, o a partir de productos reciclados; favoreciendo la reducción de la producción de residuos; utilizando energías renovables para reducir la huella de carbono durante la producción; fabricando cosméticos sólidos waterless, para reducir el consumo de agua; a través de la búsqueda de nuevos packaging reciclables, envases refill, etcétera.