



JAUME PEY, DIRECTOR GENERAL DE LA ASOCIACIÓN PARA EL AUTOCUIDADO DE LA SALUD (ANEFP)

“Cada día hay más ciudadanos que utilizan protección solar a diario y durante todo el año”

DESDE ANEFP DESTACAN UNA VEZ MÁS EL ESFUERZO Y EL COMPROMISO DEL SECTOR DE AUTOCUIDADO PARA PONER EN EL MERCADO PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA PIEL INNOVADORES Y SOSTENIBLES, QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES.



Jaume Pey, director general de la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp), señala que, sin duda, en lo que a este segmento de autocuidado se refiere, y ligado al cuidado de la piel, “la gran noticia es la consolidación de los hábitos de los ciudadanos en relación con la hidratación y la protección de la dermis, cada vez más integrados en sus rutinas de autocuidado”.

Las claves

Para abordar con éxito la dermo en la oficina de farmacia, Pey destaca como claves la formación de los farmacéuticos, la innovación en los productos y la escucha de los consumidores. “Los farmacéuticos deben disponer de la formación adecuada en este ámbito para, a través de su consejo profesional, dar respuesta a las necesidades de los ciudadanos en relación con el cuidado de su piel”, defiende. A esto debe sumarse “la necesidad de contar con toda la información necesaria sobre los productos que contribuyen al cuidado de la piel y su mantenimiento óptimo, para poder aconsejar o recomendar el más adecuado a cada uno de sus pacientes”. Sostiene que, en este sentido, “las formaciones que las compañías realizan sobre sus productos son una

En términos globales, el mercado de los medicamentos y productos de autocuidado alcanzó en el último año un valor superior a los 7.000 millones de euros, con un crecimiento del 5%, lo que pone de manifiesto la recuperación del sector Consumer Health (CH) en España después de la pandemia. Si nos centramos en el segmento denominado PEC (Productos de Cuidado Personal), en el que quedarían incluidos los productos más ligados a dermo, en la actualidad representan un 22,8% del mercado CH, con un valor de mercado de 1.666 millones de euros y un crecimiento respecto a 2021 de un 2,7%.

buena fuente de información" para que los farmacéuticos dispongan del mayor conocimiento sobre lo que hay disponible en el mercado y las novedades.

Por lo que respecta a la puesta en el mercado de productos de dermo, pone en valor "el compromiso de la industria con la innovación, clave para seguir respondiendo a las necesidades de los ciudadanos en el cuidado de su piel". Otra de las claves es "escuchar a los consumidores, lo que impactará tanto en la formación de los farmacéuticos como en el desarrollo de nuevos productos". A su juicio, esto hará posible avanzar hacia un consejo especializado, con recomendaciones y productos específicos para las necesidades de los ciudadanos.

¿Qué patologías de la piel se pueden abordar con productos de autocuidado? El director general de anefp responde que propias del segmento de la dermocosmética existen categorías tan relevantes como la protección solar, el *antiaging* o el cuidado de la piel del bebé, que ayudan a mantener la piel en buen estado. Por otro lado, con medicamentos y productos sanitarios de autocuidado se pueden abordar patologías como herpes labiales, picaduras de insectos, productos cicatrizantes, productos para el acné o para el tratamiento de heridas leves, como antisépticos y desinfectantes para heridas.

Tampoco olvida otras áreas incluidas dentro del mercado de autocuidado como la de los complementos alimenticios con efectos beneficiosos para la piel, la de los biocidas antisépticos de piel sana o repelentes de insectos, o la de los productos de cuidado personal para el masaje antes o después del ejercicio.

Los signos y síntomas de que la barrera cutánea está alterada se identifican principalmente por la piel deshidratada, mostrándose con sequedad y descamación variable. Pey dice que hay que ser constantes a la hora de seguir las rutinas de cuidado de la piel para evitar que ésta pueda llegar a deshidratarse, combinándolo con buenos hábitos de autocuidado como beber suficiente agua o hidratarse y protegerse del sol siempre, pero sobre todo cuando vamos a estar expuestos, por ejemplo, al aire libre, cuando hacemos ejercicio, etcétera.

A esto sumaría la utilización de productos siempre adecuados a las características de la piel, teniendo en cuenta aspectos como la edad o el fototipo, y "no dudar en preguntar siempre a nuestro farmacéutico de confianza para que nos asesore sobre la mejor rutina que pueda necesitar nuestra piel".

EN LA PROMOCIÓN DEL CUIDADO Y LA SALUD DE LA PIEL

En colaboración con los Colegios Oficiales de Farmacéuticos de Madrid y Barcelona, y a través de su plataforma de formación Ágora Sanitaria, anefp está desarrollando un ciclo de webinars denominado *Digitalizando la farmacia*, que permite contribuir a la formación de los farmacéuticos y a su comunicación con los ciudadanos a través del entorno online, lo que repercute positivamente en el consejo profesional que reciben los ciudadanos sobre los medicamentos y productos de autocuidado en general y, por tanto, también sobre todos los relacionados con el cuidado de la piel.

Anefp dispone de un Comité de Cosméticos, al que pertenecen los profesionales de las compañías asociadas que cuentan con un porfolio de productos en esta área. En sus reuniones se abordan temas de actualidad como, por ejemplo, buenas prácticas desarrolladas en el sector de la dermocosmética, novedades en el entorno legislativo, etcétera, además de contar, en algunos de estos encuentros, con la participación de responsables sanitarios de este ámbito, con quienes se comparte la actualidad.

Asimismo, las compañías, a nivel individual, ofrecen a los farmacéuticos formación de calidad sobre los productos destinados al cuidado de la piel, lo que contribuye a que estos profesionales dispongan de toda la información necesaria para dar respuesta a las necesidades de los ciudadanos en esta materia.

Por lo que respecta a las acciones dirigidas a la concienciación de la población sobre la importancia de establecer una rutina saludable para nuestra piel, desde los canales de anefp en Twitter, Instagram y Youtube, y desde el blog de la asociación, de forma habitual, se proporciona información y consejos para que puedan disponer de las herramientas necesarias para seguir buenos hábitos con su piel.

Aunque las tendencias son muy cambiantes y dentro del área del cuidado de la piel también son muy diversas, le parece de gran relevancia hacer hincapié en una de ellas, la fotoprotección. "Hace algunos años utilizábamos el fotoprotector básicamente en vacaciones, cuando íbamos a la playa o a la piscina en verano. Sin embargo, hoy en día, una tendencia cada vez más consolidada es que los ciudadanos son cada día más conscientes de la importancia de la protección de la piel frente al sol más allá de la época veraniega", expresa. Por esta razón, "cada día hay más ciudadanos que adquieren y utilizan protección solar a diario y durante todo el año". En todas las rutinas de belleza faciales elaboradas por profesionales se incluye un protector solar como un *must* a incluir entre los productos que deben emplearse cada mañana, definiéndose éste como el producto más importante a la hora de hablar de rutinas de antienviejamiento. Esta tendencia de autocuidado está derivando, en los últimos años, hacia una mayor preocupación de la sociedad por cuidar su piel para evitar la aparición de manchas, arrugas u otras imperfecciones.

Insiste en que, para el sector de autocuidado, "salud y sostenibilidad son un binomio inseparable". Razona que no tiene ningún sentido separarlos, y sería inviable poder tener una sociedad sana si el planeta en el que vivimos y los ecosistemas que nos rodean y que utilizamos para alimentarnos y como fuente de materias primas de muchos otros productos no gozan de buena salud. En este punto, "el sector está dando pasos importantes". De hecho, el impulso de la sostenibilidad es uno de los pilares del plan Estratégico de la asociación para el ejercicio 2023/24. Son conscientes de su importancia y están comprometidos, como sector, en seguir avanzando hacia una economía circular, poniendo en el mercado productos que, a la vez que cuidan la salud de las personas, son respetuosos con el medioambiente.

En lo que es la I+D, remarca la aplicación de la sostenibilidad en toda la cadena de valor. Igualmente, la mejora en la formulación de los productos, las nuevas combinaciones de ingredientes, la investigación de propiedades beneficiosas de nuevos ingredientes para ser utilizados en el sector cosmético, con especial énfasis en aquellos provenientes de origen natural, o a la puesta en el mercado de gamas de productos que actúan en consonancia para cuidar el cuerpo desde dentro, con complementos alimenticios, y desde fuera, con productos cosméticos, por ejemplo, para el mantenimiento de la piel en buen estado. +