

# Dermoanalizadores: la clave para una adecuada recomendación dermocosmética

EL ASESORAMIENTO DERMOCOSMÉTICO PROFESIONAL Y ESPECIALIZADO ES, CADA VEZ MÁS, UN SERVICIO DEMANDADO EN LAS OFICINAS DE FARMACIA. PARA ELLO RESULTAN DE GRAN AYUDA HERRAMIENTAS PRECISAS Y DE CONFIANZA COMO LOS DERMOANALIZADORES, QUE PERMITEN REALIZAR UN ANÁLISIS DE PIEL DE FORMA RÁPIDA Y SENCILLA.



Cada día es más habitual el uso de dermoanalizadores en la farmacia para determinar el tipo de piel del cliente y realizar una recomendación de productos más adecuada. No es tan conocido su uso en las fases de desarrollo de producto y sin embargo la legislación sobre cosméticos obliga a que todas las vindicaciones que se realicen sobre un producto en el mercado vengan contrastadas por su correspondiente estudio de eficacia.

Estos estudios deben cuantificar estadísticamente los efectos de la aplicación de un producto en la piel de un panel de voluntarios. Los resultados sirven al laboratorio para comunicar al público los beneficios de la crema: mejora de la hidratación, efecto despigmentante, efecto seborregulador, antiarrugas, reafirmante, no comedogenicidad, determinación de Factor de Protección Solar...

Para poder utilizarse un equipo de análisis de este tipo previamente ha debido ser sometido a estudios de validación de la tecnología, que una vez asumida por la comunidad científica, se usa de manera extensiva por la industria. Así, por ejemplo, el método estándar para medir la hidratación en la literatura

científica es el Corneometer® (Courage+Khazaka – Alemania), que mide por capacitancia en unidades arbitrarias Corneometer la cantidad de agua en las primeras 20 micras de la epidermis (estrato córneo). En la farmacia viene siendo habitual el uso de una sonda similar para medir el agua en la piel. El principio de medición es común y se utiliza para determinar si la piel está suficientemente hidratada, ligeramente deshidratada o muy deshidratada.

Para completar la evaluación del manto hidrolipídico es necesario medir el nivel de secreción sebácea y aquí el estándar es el Sebumeter® (Courage+Khazaka – Alemania). El aparato mide por fometría la transparencia que genera la grasa cutánea en un film especial mostrando el resultado en  $\mu\text{g}$  de grasa /  $\text{cm}^2$ . De igual manera en farmacia se mide el sebo con un método similar



El análisis mediante dermoanalizadores permite al farmacéutico mostrar a sus clientes con qué tipología de piel cuenta y cuáles son los productos que necesita

aunque el resultado se muestra en unidades arbitrarias de 0 a 100 para mostrar si la piel es normal, seca o grasa.

Es muy importante igualmente estudiar la influencia del producto dermocosmético en la función barrera de la piel, para lo que es necesario estudiar la pérdida transepidérmica de agua (TEWL). Este parámetro, fundamental en investigación, resulta complicado en el punto de venta. Una piel normal tiene valores entre 8-15 g/h/m<sup>2</sup>, es decir, 0.00008 - 0.000015 g/h/cm<sup>2</sup>, valores muy difíciles de manejar en condiciones ambientales no controladas. Por ello, a pesar de su interés, su uso se limita a nivel médico y de laboratorio.

Otros test realizados habitualmente son relacionados con el color cutáneo, existiendo dispositivos que miden el color en todo su espectro y otros que lo hacen más específicamente en el relativo a la melanina y la hemoglobina, que son los dos pigmentos principales de la piel. En la farmacia es muy interesante la medición de la melanina ya que permite una más adecuada recomendación de productos de protección solar. Sin pretender ser exhaustivos, podemos mencionar finalmente el estudio de la elasticidad cutánea. La piel tiene un complejo comportamiento viscoelástico, observándose con el paso de los años una disminución de las propiedades elásticas. El Cutometer® (Courage+Khazaka – Alemania) permite cuantificar de acuerdo a normas DIN la firmeza, la elasticidad y otros aspectos relativos al envejecimiento biológico de la piel.

Relacionado con el envejecimiento estaría el estudio de arrugas, que puede realizarse mediante diversas técnicas. Las más sencillas son mediante la obtención de imágenes a través de videocámaras especiales, que suelen utilizar determinados tipos de

luz (UV, polarizada,...) que proporcionan al investigador información que puede ser estudiada mediante programas informáticos.

Otra técnica algo más compleja pero también extendida es la elaboración de réplicas de silicona que muestran la topografía cutánea y permiten igualmente valorar las arrugas y documentarlas. A pesar de su indudable interés, no parece adecuado su uso en el punto de venta, donde se prefiere trabajar con videocámaras con luces especiales que puedan mostrar aspectos interesantes de la piel del paciente/cliente. Como vemos, el uso de analizadores de piel se produce en toda la cadena de valor del producto, sea para valorar su eficacia de forma cuantitativa en la fase de desarrollo o para plantear su necesidad al consumidor en el punto de venta. Por ello, es interesante que las tecnologías que se usan en una y otra fase sean similares, lo que ayudará a que los resultados de eficacia obtenidos en los paneles de voluntarios antes de la puesta en el mercado sean corroborados en la práctica tras su aplicación en el cliente final.

Siempre han de tenerse en consideración otra serie de aspectos que pueden influir en los resultados: temperatura y humedad ambientales, aplicación de otros productos

cosméticos que puedan influir en el tratamiento, estación del año, si el consumidor fuma o ha dormido adecuadamente, nivel de estrés,... Igualmente es conveniente una adecuada formación en el manejo de estos instrumentos, que a pesar de su fácil manejo, requieren una cualificación por parte del usuario.

En cualquier caso, sólo se puede valorar lo que se puede medir, y finalmente los resultados van a dar pie a un diálogo con el cliente que nos ayudará a ofrecerle el tratamiento dermocosmético más adecuado y a ganarnos su confianza y fidelidad. Sin duda una buena forma de seguir transmitiendo profesionalidad desde la farmacia. +

