



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

“Un consejo esencial para mantener la piel en buen estado es la constancia”

ENTRE LOS AVANCES MÁS SIGNIFICATIVOS QUE SE HAN PRODUCIDO EN EL ÁMBITO DEL AUTOCUIDADO DE LA PIEL, DESDE ANEFP DESTACAN LOS RELACIONADOS CON LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y CON UN MAYOR ENFOQUE EN LA SALUD Y EL BIENESTAR PERSONAL.



El mercado de autocuidado ha tenido un crecimiento de un 6% en el último año, situando su valor por encima de los 7.000 millones de euros. Por lo que respecta a la representatividad de los distintos segmentos que lo integran, un 51,5% corresponde a medicamentos sin receta y complementos alimenticios, un 25,7% a dermocosmética y a productos de cuidado personal, un 18,7% a productos para el cuidado del paciente y un 4,1% a productos de nutrición.

Jaume Pey, director general de la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp), describe que, en 2023, “los principales motores de crecimiento fueron los medicamentos y productos ligados a las categorías de respiratorio y antihistamínicos, cuya incidencia de la patología se ha incrementado tras la pandemia, así

“EL AUTOCUIDADO
EN ESPAÑA ES
UN SECTOR
EMERGENTE Y CON
CAMINO POR RECORRER”

como el segmento de vitaminas y minerales”. Afirma que “el autocuidado en España es un sector emergente y con camino por recorrer, apuntando las previsiones a que continúe su desarrollo y un crecimiento moderado”.

Remarca el esfuerzo del sector de la dermocosmética por la investigación, “lo que ha hecho posible avanzar en el desarrollo de nuevas formulaciones y poner en el mercado productos cada vez más eficaces y orientados a las necesidades del ciudadano”. Asegura que esta investigación, además, ha permitido el descubrimiento de ingredientes muy efectivos en productos para el cuidado de la piel, como el ácido hialurónico para la hidratación profunda, péptidos para estimular la producción de colágeno, retinoides para combatir el envejecimiento o antioxidantes como la vitamina C y el resveratrol para proteger la piel del daño ambiental.

Por lo que respecta a la personalización de los productos, “el consumidor busca cada vez más que estén muy orientados a sus necesidades y preferencias personales”. Por esta razón, sostiene, “las compañías trabajan para ofrecerles soluciones más individualizadas”.

Un rol clave

Asimismo, subraya “el rol clave que tiene el farmacéutico en el conocimiento de los productos y en el consejo que ofrece al ciudadano sobre las soluciones más adecuadas a sus necesidades específicas”. Igualmente, “la evolución de los consumidores en cuanto a la información de la que ahora disponen y de la demanda de conocimiento sobre los ingredientes que contiene cada producto”. Quieren entender por qué lo utiliza y los beneficios que le reportan. Advierte de que el consumidor de hoy en día es menos fiel a las marcas, deseando probar productos nuevos y quedarse solamente con aquellos que se adaptan a sus necesidades. Dicho consumidor, con cada vez más información, ha hecho posible que las compañías puedan poner a su disposición tecnologías y dispositivos con fines cosméticos que hace algunos años únicamente estaba previsto que fuesen utilizados por profesionales sanitarios, como cepillos faciales, dispositivos de limpieza facial o dispositivos que favorecen la absorción de otros productos cosméticos utilizados posteriormente en la rutina facial.

Otro rasgo del perfil del consumidor actual es su demanda de conocer el impacto que tienen los productos que utiliza en el medioambiente, lo que influye en su decisión de compra. En este sentido, “la industria está comprometida con la salud del planeta y trabaja para que los medicamentos y productos de autocuidado que se ponen en el mercado sean cada vez más sostenibles”. Pey declara que la industria debe comunicar todos estos avances y, en este camino, los farmacéuticos del mismo modo son “facilitadores” a la hora de transmitir los mensajes al consumidor. “No buscan solo una apariencia estética, sino también productos que les ayuden a mantener una piel saludable”, manifiesta acerca de la percepción por parte del consumidor de salud y belleza como un aspecto único. Es por esto que productos como los protectores solares, entre otros, se han convertido en aliados de una cada vez mayor parte de la población no solo en las estaciones estivales, sino a lo largo de todo el año.

Abordamos con su director general cómo se ha potenciado desde anefp el autocuidado de la piel durante este año. Cita aspectos como la ayuda y colaboración con las compañías en el posicionamiento de productos en el mercado, “favoreciendo las comunicaciones responsables y basadas en evidencias científicas; informando a las compañías asociadas a anefp sobre las normativas que se publicarán en los próximos meses, con el objetivo de que las empresas puedan adelantarse a lo que la nueva legislación les requerirá próximamente; formación a los ciudadanos en buenos hábitos de autocuidado, entre los que se recogen el cuidado de la piel, con información compartida a través de los canales digitales de la asociación en X e Instagram, y fomentando la formación en materia de sostenibilidad para favorecer que el sector ponga en el mercado productos más sostenibles”.

“EL CONSUMIDOR BUSCA CADA VEZ MÁS
PRODUCTOS QUE ESTÉN MUY ORIENTADOS
A SUS NECESIDADES Y PREFERENCIAS
PERSONALES”

“Un consejo esencial para mantener la piel en buen estado es la constancia”, defiende. “Debemos recordar que, para conseguir la eficacia esperada con los cosméticos, es esencial seguir una rutina diaria, empleando aquellos que se adapten a las necesidades de cada persona”, dice. Para ello, es imprescindible el asesoramiento de un profesional experto que pueda recomendar la rutina de la piel más adecuada para cada consumidor, orientada a sus necesidades, tipo de piel, edad, etcétera.

Por otro lado, considera que, para la farmacia, la dermocosmética es una categoría en continuo auge y cada vez hay más profesionales farmacéuticos muy formados en este ámbito que ofrecen un asesoramiento de calidad y personalizado a sus clientes.

No obstante, algunos pasos esenciales para mantener la piel facial sana son la limpieza por la mañana y por la noche, hidratación, protección solar y seguir una dieta equilibrada rica en antioxidantes, vitaminas y ácidos grasos esenciales. Precisamente, “la nutricosmética, es decir, la utilización de complementos alimenticios con fines estéticos, es cada vez más utilizada para potenciar la actividad de determinados productos cosméticos”. Expone que un descanso adecuado y la reducción del estrés son claves para una piel sana, al igual que evitar el consumo de alcohol o tabaco. +