

# autocuidado

Suplemento Mensual

Mayo 2019 | Año XI | N° 124

## Anefp ayuda a la farmacia a avanzar hacia el *Beauty Care*

● La jornada COCO's Day ofrece las claves para crecer en dermocosmética [Página 2](#)



### “Hacemos productos que curan pero que tienen que ser biodegradables”

4

Valentino Mercati, presidente de Aboca, repasa la trayectoria de su compañía, dando mucha importancia a la sostenibilidad del medio ambiente a

la hora de desarrollar sus productos. Mercati cree que la actividad de Aboca es complementaria a la de la industria química y afirma que siguen trabajando para encontrar nuevas soluciones terapéuticas en áreas en las que hasta ahora no habían trabajado.



### La unión entre profesionales: clave en el abordaje de la nutrición

6

El 28 de mayo se celebra el Día Mundial de la Nutrición y Aquilino García, vocal nacional de Alimentación del CGCOF, llama a la conmemoración de

manera conjunta entre todos los profesionales que trabajan en esta materia. Además, García destaca el buen momento por el que pasa la nutrición gracias a la amplia oferta formativa que hace que cada vez haya más especialistas que ayudan a mejorar el sector.



# COCO's Day 2019 analizará las oportunidades de la farmacia en dermatocósmica

● La tercera edición de esta jornada estudiará, entre otros, el cambio en el modelo de compra del canal farmacia

M. R.

Madrid

Bajo el lema *En la piel del dermoshopper*, el próximo 13 de junio la Asociación para el Autocuidado de la Salud (Anefp) organizará en Madrid la tercera edición del Taller de Dermocósmica COCO's Day, continuación de una iniciativa que nació en el año 2014 de la mano del Comité de Cosméticos (COCOS) de Anefp. Durante este encuentro, diferentes expertos del sector de la dermofarmacia compartirán e intercambiarán ideas sobre temas como las necesidades de los consumidores a la hora de adquirir productos de dermofarmacia, o cómo, cuándo y por qué se compra dermatocósmica en la farmacia y en internet.

"El objetivo es poner en común los aspectos que más preocupan al sector de la dermofarmacia", explica el director general de la Asociación para el Autocuidado de la Salud, Jaume Pey. Eso sí, puntualiza, "siempre enfocado al canal farmacia". De hecho, el evento se celebrará en la sede del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid, una muestra más de que esta jornada, dice, "respira canal farmacia".

El cambio que se está produciendo en el modelo de compra del canal farmacia será uno de los asuntos a abordar en este tercer encuentro. Y lo hará de la mano de José Antonio Andreu, director general de Shoppertec. "Aunque el canal online no es nuevo es cierto que el consumidor se está incorporando y este está presentando

**COCO'S** by anefp day 19

**En la piel del DERMOSHOPPER**

**13**  
13 de junio 2019

**10:30 a 17:30 horas**

**COF Madrid**  
Vozmayor

**150€ + IVA**  
(Asociados y adheridos a anefp)

**200€ + IVA**  
(No asociados a anefp)

Industria y farmacia se darán cita en Madrid para avanzar en dermatocósmica.

una evolución muy rápida", explica Jaume Pey, quien asegura que Andreu dará respuesta a este nuevo modelo de compra.

En este sentido, también intervendrá en la jornada de dermatocósmica Pablo Foncillas, experto en Marketing & Business Innovation, que incidirá en cómo se puede responder a esta omnicanalidad y si ésta representa realmente una

amenaza o una oportunidad para las oficinas de farmacia.

Además, la asociación dará voz a los consumidores con la presentación de las conclusiones de la iniciativa Jurado Ciudadano, un proceso de diálogo entre farmacéutico y consumidor que busca entender qué espera éste de la farmacia y qué le puede ofrecer. Lo hará en la mesa de debate *La dermofarmacia a examen*:

los consumidores opinan, en la que intervendrán, además del director general de la patronal del autocuidado, Rosalía Gozalo, vocal de Dermofarmacia y productos sanitarios del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid; Manuel García, vocal de Dermofarmacia del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Málaga; Tomás Muret, vocal Nacional de Dermofarmacia del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, y Cristina Tiemblo, contadora del CGCOF.

## Beauty claims

Asimismo, durante la sesión se presentará la guía de recomendaciones de Anefp en relación con los beauty claims en cosméticos. Se trata, tal y como explica Pey, de "dar consejos sobre cómo tratar la publicidad de dermatocósmica de manera seria, estructurada y ajustada a la ley pero sin perder el atractivo". Aquí intervendrán Gemma Aliaga, presidenta del Comité de Cosméticos (COCOS) de Anefp; Mercedes Camps, coordinadora del Grupo de Regulatory Affairs de dicho comité, y Maite López-Gil y Verónica Hernández, directora Internacional y miembro del Departamento de Market & Regulatory de anefp, respectivamente.

Durante el evento también se analizará el futuro de un mercado que ofrece numerosas oportunidades a la farmacia, y lo hará de la mano de Ambra Orini, socia fundadora *The beauty makers*, quien, tal y como explica Pey, "dará una visión de lo que viene dibujando el futuro con la vista puesta en 2022".

## Jaume Pey: "El farmacéutico es el más preparado para entender la innovación cosmética"

M. R.

Madrid

La dermatocósmica ocupa aproximadamente el 28 por ciento del negocio de las oficinas de farmacia españolas. Este dato es solo una muestra del potencial que este segmento presenta para las boticas, tal y como explica a EG Jaume Pey, director general de la Asociación para el Autocuidado de la Salud (Anefp). Pey considera que el farmacéutico ya "ha entendido que puede competir muy bien con otros canales". Su conocimiento del producto y, por tanto, su capacidad para realizar recomendaciones es, desde su punto de vista, la principal fortaleza de la oficina de farmacia para avanzar en dermatocósmica: "El farmacéutico es el más preparado para entender la innovación cosmética", según Pey.

Y es que, explica el director general de Anefp, en los últimos años el sector de la cosmética ha vivido una transformación "del beauty al beauty care". Desde su punto de vista, esta parte de cuidado asociado a la belleza es muy importante, pues es ahí, señala, "donde el farmacéutico juega una importancia crucial".

Eso sí, no debe dejarse de lado la parte de belleza. "En cuidado, el consejo farmacéutico es importantísimo, pero hay que conseguir que comprar dermatocósmica en la farmacia sea también divertido... Que se alcance ese aspecto aspiracional que se observa en otros canales de venta: ese sería el binomio perfecto", dice Pey.

Precisamente Anefp trabaja intensamente para que todas las farmacias puedan alcanzar ese binomio de éxito. Y lo hace desde varios frentes. Por un lado, expone el director general de la organiza-



El director general de Anefp da las claves para que la farmacia crezca en dermatocósmica.

ción, a través de un curso online promovido por Anefp y el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF) donde se dedica un apartado específico para dermatocósmica. Por otro, con formaciones presenciales a través de su proyecto Evafarm, que tiene por objetivo ayudar al crecimiento económico de pequeñas y medianas farmacia a través del desarrollo del autocuidado.

Hay más. "Como sector podemos ofrecer productos innovadores a la farmacia, y enseñarle también a realizar las recomendaciones más adecuadas y a desarrollar ese rol de beauty care que puede funcionar en la botica", señala Pey. Algo en lo que, puntualiza, Anefp y sus compañías ya trabajan. Muestra de ello es la próxima cita de Dermocósmica COCO's Day que promueve la patronal.

Concéntrate en lo que te gusta

# Flogoprofen

se concentra en el dolor



Se concentra hasta **20+**\* veces



Alivia el dolor en músculos y articulaciones.

\*Se concentra preferentemente en la zona inflamada hasta 20 veces más que en las zonas no inflamadas.

[www.flogoprofen.es](http://www.flogoprofen.es)

No aplicar antes de los 12 años, ni sobre heridas ni mucosas. Lea las instrucciones de este medicamento y consulte al farmacéutico.



# "Mis productos son más caros pero se venden porque funcionan y no tienen efectos adversos"

**VALENTINO MERCATI**, presidente de Aboca

**J. RUIZ-TAGLE**

Sansepolcro (Italia)

El presidente de Aboca recibe a El Global en sus instalaciones centrales para abordar toda la actividad que la empresa realiza y cómo ha sido su trayectoria hasta el día de hoy.

**Pregunta.** ¿Por qué decidió embarcarse en una compañía como Aboca?

**Respuesta.** Hace 40 años, cuando decidí comenzar con este proyecto, me dedicaba a un sector totalmente diferente. Me dedicaba a la venta de coches. Es un sector contaminante y que emite a la atmósfera sustancias tóxicas y no degradables. Tomé consciencia de que a lo que me dedicaba iba a causar la extinción. Por eso pensé que tenía que hacer algo totalmente diferente.

**P.** Es una visión muy actual para tomarla hace más de 40 años...

**R.** Nosotros hacemos productos que curan pero que a la vez tienen que ser biodegradables. No se habla de que cada año mil millones de toneladas de sustancias artificiales, químicas, se emiten al medio ambiente. Y estas sustancias son aún más peligrosas que el plástico. Y una de las más peligrosas son las sustancias que se generan por la degradación de los fármacos. Cuando tomamos un medicamento, no se metaboliza y salen de nuestro cuerpo por el sudor o las heces.

**P.** ¿Qué momentos destacaría de la trayectoria de la compañía y qué futuro espera para ella?

**R.** Los primeros años, cuando me di cuenta de que el mundo natural era más fuerte que el mundo artificial, a pesar de que este último lo esté poniendo en riesgo. Aún así, fui consciente de que aquello que iba a emprender no era suficiente para invertir el proceso de las cosas. En los últimos quince años, con el desarrollo de la genómica y la bioinformática se ha encendido alguna esperanza para que al menos una parte de la humanidad pueda sobrevivir. Veo que ya no hay sonrisa en tu rostro (risas).

**P.** Tiene un mensaje pesimista...

**R.** Es un hecho. Y parte del problema está en el periodismo científico. Yo fui periodista científico pero este periodismo no ha sabido romper la capa de oscurantismo en la que vivimos. No se transmiten conocimientos, sólo los mensajes que decide el poder financiero... Ni siquiera los del poder político, porque ya no existe, sólo quedan los intereses económicos. Además, el mundo académico es autoreferencial. No es nada nuevo lo que digo.

**P.** ¿Cuál es la relación que mantienen con la industria farmacéutica tradicional?

**R.** Nos aprecian mucho porque la industria clásica, que es eminentemente química, necesita de nuevas soluciones. No les quedan moléculas nuevas que



El presidente de Aboca, Valentino Mercati, recibió a EG en las instalaciones de su empresa.

## LAS FRASES

“La industria clásica nos aprecia mucho porque necesita de nuevas soluciones”

“En 2020 llegará un producto para paliar las deficiencias cognitivas y otro para el tabaco”

podían satisfacer las necesidades de salud. Cada día se escucha más la palabra síndrome y la farmacología de síntesis no tiene ninguna posibilidad de combatir los síndromes, que son enfermedades multifactoriales. Tenemos una colaboración con Sanofi con un jarabe para la tos para niños menores de dos años. Además trasladamos nuestro knowhow. Es una de nuestras misiones, la de conseguir métodos saludables respetando al mundo natural.

**P.** ¿Qué relación mantienen con éstas a nivel de investigación básica?

**R.** Es la relación que tenemos. Es lo que hacemos. También trabajamos mucho con hospitales pediátricos, más que con empresas. Pero quiero decir que nosotros

tenemos unos conceptos únicos en el mundo y la investigación básica que hacemos es totalmente diferente a la del sector farmacéutico tradicional. Ellos la hacen a nivel artificial y nadie hace nuestro tipo de investigación a nivel epigenético. Nosotros no queremos curar sino volver a equilibrar el organismo.

**P.** Tienen un estudio para abordar el cáncer. ¿Qué camino quieren emprender en el área oncológica?

**R.** Estamos haciendo un ensayo en Toronto (Canadá) para el mesotelioma, que es un cáncer producido por el amianto. En este caso el enfoque también es diferente. Nosotros combatimos el cáncer modificando el equilibrio fisiológico.

**P.** Me suena a definición parecida a la que se le da a la inmunología.

**R.** Sí pero en inmunología se utilizan terapias artificiales, se habla de proteínas recombinantes. De todas formas la evolución del estudio de muchos cánceres no es satisfactoria. El organismo trata de defenderse de una agresión externa para poder sobrevivir pero es eso precisamente lo que hace crecer el tumor. A ver, podría decir que el tumor defiende la vida. Estamos estudiando los tumores pero hay un problema regulatorio y es que las sustancias naturales no forman parte del sistema aceptado para curar los tumores.

**P.** ¿Qué otras áreas terapéuticas aborda Aboca más allá de los síntomas menores o este estudio oncológico?

**R.** Tenemos el producto para el síndrome de colon irritable y es el único que tiene la indicación terapéutica. Además tenemos otro que va a salir pronto para el síndrome metabólico pediátrico. En 2020 llegará también otro producto que servirá para paliar las deficiencias cognitivas y otro para combatir la dependencia al tabaco.

**P.** ¿Han considerado mirar hacia el mundo marino para ampliar su catálogo de plantas?

**R.** Hemos estudiado algunas algas en colaboración con Cuba. Es un campo muy grande pero también muy complicado porque nosotros necesitamos uniformidad y eso es muy difícil bajo el mar.

**P.** ¿Qué dificultades se encuentra Aboca a la hora de abordar el mercado?

**R.** Por motivos regulatorios nosotros sólo trabajamos con productos sanitarios y complementos alimenticios. Para poder tener las indicaciones en los envases utilizamos las ciencias más modernas, como la ómica. Hace 20 años tomamos la decisión de no producir medicamentos tradicionales con nuestras plantas porque eso significa no utilizar las nuevas ciencias. Para nosotros lo tradicional no es válido científicamente; queremos utilizar la medicina basada en la evidencia, que significa tanto validar como uniformar nuestros productos. No es fácil pero nosotros lo podemos hacer y es por esta razón por la que las multinacionales se interesan por nuestro knowhow. Podrá comprobar que nuestros productos son más caros pero los vendemos porque funcionan y además no tienen efectos secundarios. En España tenemos mucho éxito.

**P.** En su discurso está muy presente el mundo natural. ¿Han sufrido ataques en el que los comparen con otras prácticas que no tienen evidencia científica?

**R.** Hace unos veinte años nos atacaron desde la industria farmacéutica tradicional porque tenían miedo. Ahora ya no lo hacen porque, primero, nos necesitan y, segundo, ya somos lo suficientemente grandes para que nos puedan atacar.

# ELGYDIUM

## ANTI-PLACA



## Contra la placa

**Eficacia clínicamente probada: 50% reducción en placa tras 3 semanas de uso<sup>(1)</sup>**

(1) Prueba de seguridad y efectividad realizada bajo supervisión dental en 42 sujetos durante 21 días Disponible en Farmacias y Parafarmacias.

Pierre Fabre  
**ORAL CARE**

# El farmacéutico celebra el Día de la Nutrición en un momento "dulce"

● La cada vez mayor, y accesible, oferta formativa facilita el crecimiento del número de especialistas en este campo

**ALBERTO CORNEJO**

Madrid

Recuerda Aquilino García, vocal nacional de Alimentación del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF), que "la ciencia de la Nutrición no es exclusividad de nadie". En consecuencia, tampoco debe considerarse exclusiva de nadie la celebración de un nuevo Día Mundial de la Nutrición este 28 de mayo y, por ende, deben estar 'invitados' a conmemorarlo desde médicos, endocrinos, nutricionistas, enfermeras o farmacéuticos (cómo no) hasta cocineros o ciudadanos...

En el caso de los farmacéuticos, se apunta a esta efeméride como "una nueva ocasión para que la población vea al farmacéutico como agente de salud y como consejero nutricional", apunta García, quien concreta asimismo que en esta edición se pondrá el foco en los alimentos lácteos.

Más allá de este Día Mundial, el binomio farmacia-nutrición pasa por un momento "dulce" —valga especialmente este adjetivo en el caso que nos ocupa—, con miles de farmacéuticos ya con la doble titulación en Farmacia y Nutrición Humana y Dietética, y un interés creciente en este colectivo por acceder a la también

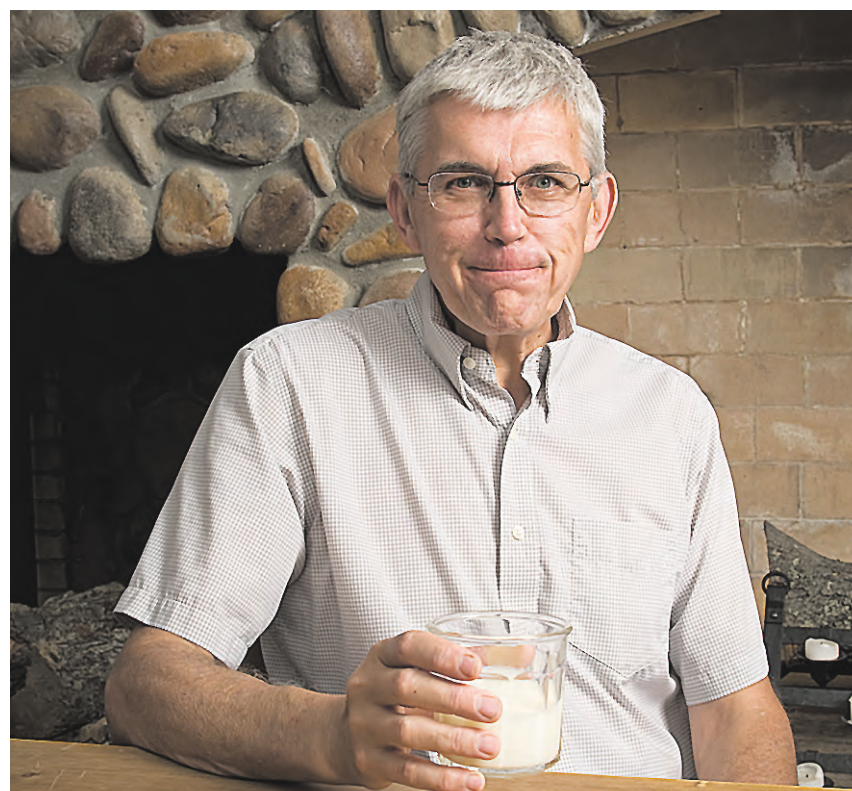
cada vez mayor oferta formativa en este área.

Para el vocal nacional de Alimentación, buena parte de culpa de ese "muchísimo interés" de los farmacéuticos por formarse la tienen las vocalías nacional y provinciales del ramo al apostar por una amplia agenda de cursos y jornadas relacionadas con la Alimentación. Hasta 22 actividades de esta temática se contabilizan en otros tantos COF provinciales en los últimos dos años.

Ahora bien, a la hora de 'repartir' culpas, también hay que mirar al ámbito docente. "Es de destacar las facilidades que ofrecen algunas facultades para que el estudiante pueda cursar ambas titulaciones a la vez, mientras que otras ofrecen condiciones cómodas para cursar el Grado de Nutrición una vez acabado el de Farmacia", apunta el vocal nacional. ¿Las consecuencias? "El farmacéutico ve esta doble titulación como una posibilidad más de servicio a la población y de negocio, y se hace notar en el crecimiento exponencial de los gabinetes nutricionales en las boticas", recuerda.

## El consejo ante la cronicidad

De la decena de causas identificadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) que más riesgo implican de cara al



"Lácteos, tenlo claro" es el lema escogido para esta edición del Día Mundial de la Nutrición.

desarrollo de enfermedades crónicas, en torno a la mitad de ellas están ligadas a malas pautas alimenticias/nutricionales.

Con datos así, junto a su cercanía a la población, quedaría más que justificada la importancia del farmacéutico comunitario en la promoción de hábitos saludables. "Unas pautas nutricionales correctas contribuyen a una mejora importante de la salud. Y el farmacéutico, como técnico en alimentación/nutrición, tiene la obligación de asesorar a la población con consejos nutricionales para contribuir a aumentar la salud y, por ende, la calidad de vida", expone el vocal nacional. Como ejemplo de ello, García alude a cómo una buena alimentación acompañada de ejercicio físico mejora patologías

tan importantes como la diabetes y el colesterol.

Otro de los estándares de esta implicación son los seis Planes Plenufar de Educación Nutricional que, hasta el momento, ha desarrollado la Organización Farmacéutica Colegial en diferentes colectivos (como embarazadas) y de los que se han beneficiado de forma directa o indirecta cientos de miles de personas.

Al principio de este artículo se comentaba que la nutrición no es exclusividad de nadie... Ni tampoco la responsabilidad en torno a ella. Como en tantas otras facetas sanitarias, la colaboración con otros profesionales, como los propios nutricionistas, es fundamental "por el bien de la población", sentencia este experto.

## OPINIÓN

### Democracia y participación en la profesión dietista-nutricionista

En la Asamblea General convocada para celebrarse el 25 de mayo se aprobarán los Estatutos Generales de la profesión y de la institución como tal, como normativa que articula la profesión, recoge nuestros derechos y deberes como dietistas-nutricionistas.

Es sabido que un Consejo General profesional lo integran sus Colegios Oficiales, quienes a su vez son la voz de sus colegiados. Aquí está la clave de tejer una fuerte red a favor de nuestro colectivo y de cada colegiado siguiendo la máxima: Act globally, Think locally - Actúa globalmente, piensa localmente, es decir, trabajar teniendo presente lo mejor para cada colectivo autonómico en una visión de globalidad. Así es posible crecer como profesión al servicio de la sociedad.

Con este objetivo, estos son los principios sobre los que se redactan:

1. Transparencia en el proceso electoral, la definición de las funciones de la Asamblea, el Pleno y la Comisión Ejecutiva, y en la toma de decisiones de forma segura y garantista.

2. Solidaridad hacia los Colegios que por razones geográficas y de población cuentan con un menor número de miembros.

3. Un Colegio un voto frente a la opción de voto ponderado, de tal manera que todas y todos los Dietistas-Nutricionistas de España, residan donde residan, tengan la misma fuerza para cambiar las normas que regulan nuestra profesión.

4. Co-responsabilidad en la financiación: el Consejo General defiende los intereses de todas y todos, por tanto la aportación que cada colegio hace al Consejo General debe ser proporcional a sus miembros, del mismo modo que éste abona sus cuotas a EFAD (European Federation of Associations of Dietitians), en función del número de dietistas-nutricionistas que representa.

5. Formación/capacitación para la que el Consejo y La Academia van de la mano para asegurar el avance científico y formativo a lo largo de la vida de cada profesional y de la profesión.

Por ello, para seguir construyendo la red de nuestra profesión, animo vivamente a cada dietista-nutricionista a participar: en órganos de gobierno de su Colegio Oficial y del Consejo, en comisiones

de trabajo, en actividades y a hacer cuantas propuestas consideren.



Consejo General  
Dietistas-Nutricionistas  
España

Alma M<sup>a</sup> Palau  
Presidenta Cgcodn



# El 54% de los españoles confía en su profesional farmacéutico

● El estudio 'Health Report 2019' analiza la percepción de la población europea

**SANDRA PULIDO**  
Berlín

Los españoles son, junto a los italianos, los que más confían en su profesional farmacéutico ya que el 54 por ciento les hace consultas frente al 39 por ciento de la media europea. Ésta es una de las conclusiones del estudio 'Health Report 2019', realizado por la compañía farmacéutica Stada con 18.000 encuestados en nueve países europeos: Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Polonia, Rusia, Serbia, España y Reino Unido.

En cuanto a qué hacer tras experimentar los primeros síntomas de una enfermedad leve, los españoles piden cita rápidamente con el médico, mientras que en Alemania confían en los remedios caseros como menta, jengibre, bicarbonato y bolsas de agua caliente. Asimismo, en Rusia prefieren informarse por internet antes de ir a la farmacia.

Sobre la abolición del requisito de receta para determinados tipos de medicamentos, la población española está bastante dividida, mientras que Polonia tiene la aceptación más alta (61 por ciento) de los países europeos.

España es el país también más optimista respecto a la cura de enfermedades para el futuro (62 por ciento) y, por el contrario, los más preocupados por el futuro son los franceses (con un 44 por ciento) debido al temor a los problemas ambientales y sociales y al miedo a la disminución de la calidad de la atención médica asociado a la digitalización.

Sobre nuevas tecnologías, el 56 por



Presentación del informe 'Health Report 2019, realizado por la compañía Stada.

ciento de los europeos se sometería a una cirugía con el "Dr. Robot". El estudio ha demostrado un resultado significativo sobre la cirugía asistida por robots, que ya no se percibe como una visión futurista sino como una práctica actual.

En España, el 62 por ciento estaría dispuesto a permitir que un robot le practique una cirugía si está bajo supervisión constante y un médico pudiese intervenir en cualquier momento.

En cambio, el uso de aplicaciones para el seguimiento de la salud sigue siendo una tendencia a la baja en Europa. De media, solo el 41 por ciento las usaría, siendo una vez más España el que más empeño le pone, con un 54 por ciento. Por su parte, la población europea tiene una

actitud menos abierta hacia el implante de biosensores por su preocupación sobre el procedimiento y por las inquietudes acerca de la gestión de sus datos personales. Únicamente el 38 por ciento estaría dispuesto a permitir que se le implante esta tecnología en el cuerpo, siendo los alemanes los más escépticos (el 71 por ciento de ellos no estaría dispuesto a colocarse este implante).

Asimismo, alrededor de la mitad de los encuestados (el 54 por ciento) puede imaginarse pasando consulta en el médico a través de una cámara web o por internet para una enfermedad leve excepto en Bélgica donde la población considera la interacción personal más importante.

# Laboratorios Viñas lanza una web para informar sobre las aftas

**EL GLOBAL**  
Madrid

Aftex, gama de productos de Laboratorios Viñas especializada en el tratamiento de todo tipo de aftas, ha lanzado una nueva web. En ella se incluirá contenido riguroso y que aporte soluciones a los usuarios sobre el tratamiento de este tipo de lesión bucal.

La compañía se ha decidido a lanzar este portal puesto que, según un estudio realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), más del 60 por ciento de la población española utiliza Internet para hacer consultas relacionadas con la salud. De esta manera, quieren facilitar el acceso a información de calidad, ya que, aunque se trata de heridas benignas, pueden ser muy dolorosas y llegar a complicarse con infecciones si no se tratan de manera correcta.

Por todos estos motivos, la web de Laboratorios Viñas incluye información que va desde la prevención, ayudando a identificar las posibles causas de su aparición, hasta las opciones de tratamiento en función del tipo de afta. Entre las causas pueden encontrarse el estrés emocional, la ortodoncia o uso de prótesis dentales, o la hipersensibilidad a determinados alimentos o deficiencias nutricionales. Por otro parte, para el tratamiento hay productos farmacológicos y otros a base de ácido hialurónico, como los que ofrece Laboratorios Viñas, de los que destacan que interviene en los procesos de reparación de tejidos y con menos efectos secundarios.



## Ducran lanza su nueva gama Ictyane contra la sequedad cutánea facial

En ocasiones, a la piel le cuesta realizar su función habitual de barrera. Puede ser por su naturaleza frágil, o por la sensibilidad acumulada en el día a día. Ducran, conocedora de este

problema, ha lanzado su nueva gama, Ictyane, con un nuevo complejo inteligente (Acefina y Aceite de Abisinia) que impulsa los mecanismos naturales de hidratación de la piel. La gama cuenta con tres productos: Ictyane Hydra Crema Ligera, Ictyane Nutri e Ictyane Noche Cuidado Regenerante.

## Nueva fórmula de Arkofluido Té Verde, extraída por ultrasonidos, más concentrada y BIO

Arkopharma presenta dos productos para ayudar a quemar grasa corporal con una nueva fórmula extraída por ultrasonidos, más concentrada y BIO. Las ampollas Arkofluido Té Verde, contienen extracto acuoso de hoja de Té Verde (Camellia sinensis) obtenido a partir de 1,7 gramos de té verde por cada ampolla y Zumo concentrado de Piña BIO. También se presenta en cápsulas, compuesta cada una por 390 mg de polvo integral de hoja criomolidada de Té Verde, con un contenido mínimo del 2 por ciento de cafeína.



## Las ampollas Isdinceutics Instant Flash y su efecto lifting inmediato



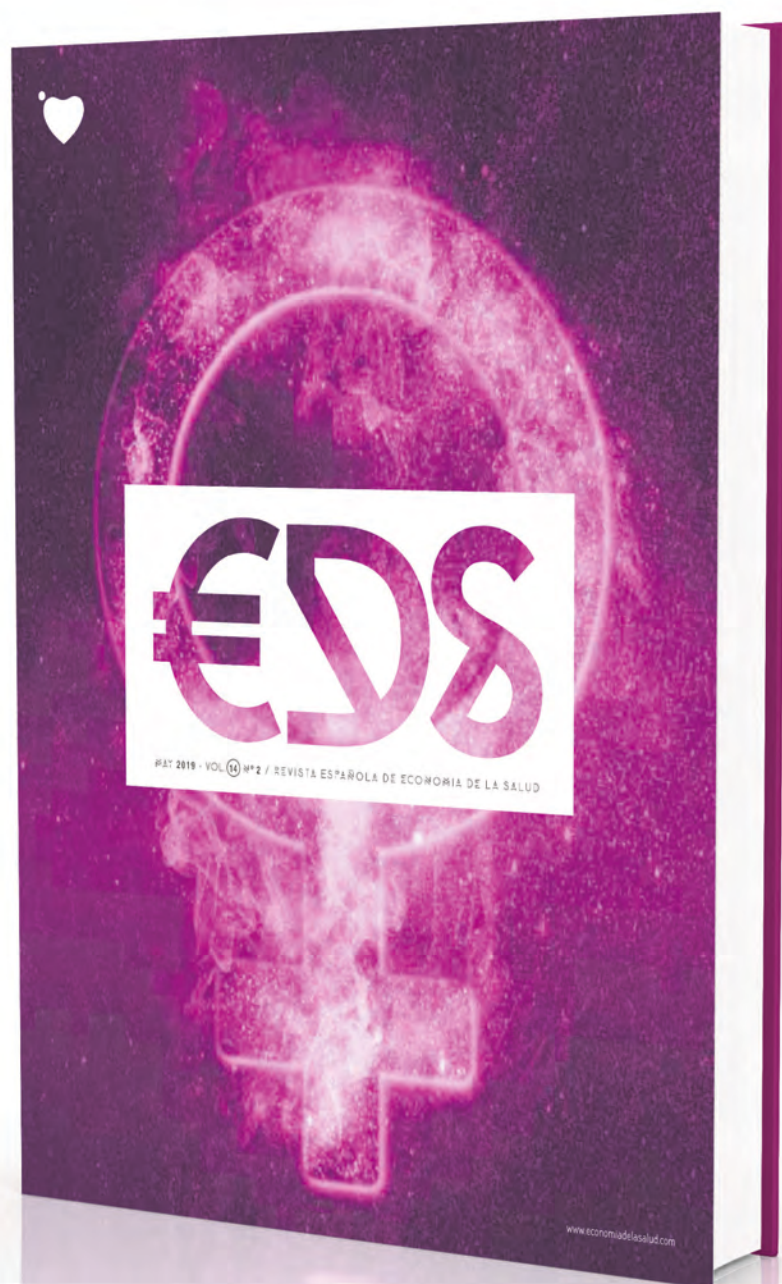
El laboratorio de dermatología Isdin ha presentado sus ampollas Isdinceutics Instant Flash, para dar vida al rostro, borrando los signos de fatiga y estrés consiguiendo un efecto lifting inmediato. Los ingredientes de este producto son Péptido Q10, que da energía al rostro favoreciendo una piel tersa y suave, LiftFirm, que contribuye a un efecto lifting instantáneo atenuando arrugas y líneas de expresión y LineBoost para reducir visiblemente los signos del envejecimiento.

## La gama Anti-Pigment, de Eucerin, corrige la hiperpigmentación de forma visible en dos semanas

La hiperpigmentación es un problema que afecta a todo tipo de pieles. Esta condición se puede acentuar como consecuencia de la exposición al sol, el envejecimiento o los cambios hormonales, y Eucerin ha presentado Anti-Pigment para reducir sus signos. Para ello cuenta con Thiamidol, un nuevo agente activo que ha sido formulado tras diez años de investigación. Este actúa en el origen de la hiperpigmentación, reduciendo la producción de melanina y controlando la aparición de nuevas manchas.



## REVISTA ESPAÑOLA DE ECONOMÍA DE LA SALUD



VOL. 14 Nº 2

MAY 2019

- Sistema de Precios de Referencia: Deshaciendo lo andado
- Los factores que influirán sobre el precio de los medicamentos en 2019
- GlobalLC. Iniciativa estratégica de salud en Leucemia Linfocítica Crónica
- Entrevistas a Jesús Aguirre (Consejero de Sanidad y Familias. Andalucía), Fernando Prados (Viceconsejero de Sanidad. Madrid) y Jesús Vázquez Almuiña (Consejero de Sanidad. Galicia)
- Reportaje: La medicina de precisión y su “obligación” de estar presente en la agenda del Gobierno y El talento femenino inicia su ruta
- Expert Review: Abordaje nutricional del paciente oncológico
- Artículos originales:
  - Economic assessment of oral Fisiogen Ferro Forte® for the management of iron deficiency in Crohn's disease
  - Número que es necesario tratar y costes incrementales del tratamiento con enzalutamida en pacientes con cáncer de próstata

Ya disponible en [economiadelasalud.com](http://economiadelasalud.com)

En papel a suscriptores cualificados\*

\*Socios de ISPOR, AES, parlamentarios de comisiones de sanidad, altos cargos sanitarios, gerentes de hospital y sociedades científicas.

Con el patrocinio de:

