

Nuevas necesidades cosméticas

Tendencias y productos específicos

La dermofarmacia representa una fuente importante de ingresos para la oficina de farmacia. Al tratarse de un sector con enorme diversidad de promociones y nuevos lanzamientos, el farmacéutico comunitario necesita unas pautas para seleccionar los productos que tendrán mayor demanda en su establecimiento. En el presente trabajo se desvelan las principales tendencias que seguirán los consumidores de cosméticos en un futuro inmediato, así como los productos que las representan. También se revisan las propiedades de algunos ingredientes activos que ya se están incorporando en los cosméticos más actuales.

La industria cosmética busca nuevas vías para mejorar sus cifras de crecimiento. Para ello ha puesto toda su atención en los sectores del mercado que todavía están poco explotados, e incluso ha identificado necesidades y expectativas de los consumidores que todavía no se han cubierto. Partiendo de este punto y analizando las razones por las que los consumidores se plantean utilizar un cosmético, las empresas de estudios de mercado han señalado las acciones más recomendables¹ para incrementar las ventas de cosméticos en un futuro más o menos inmediato (tabla 1).

Funcionalidad

Las investigaciones de mercado conducen hacia un concepto clave: la funcionalidad. Parece claro que los productos más demandados serán los que sean más prácticos, cómodos, fáciles de llevar y rápidos de usar. Esta funcionalidad abarca a todo tipo de cosméticos, con independencia de su campo de aplicación. Se ha comprobado que la facilidad de utilización contribuye

Tabla 1. Nuevas necesidades cosméticas: tendencias de mercado

- Funcionalidad
- Envase diseñado a medida
- Productos con múltiples acciones
- Nuevos productos para tener un aspecto más joven
- Potenciar las características individuales
- Los beneficios del spa en casa
- Personalización (*customización*)

Las investigaciones de mercado conducen hacia un concepto clave: la funcionalidad. Parece claro que los productos más demandados serán los que sean más prácticos, cómodos, fáciles de llevar y rápidos de usar.

M. TERESA ALCALDE

FARMACÉUTICA. RESPONSABLE DE DEPARTAMENTO DE I+D
Y EVALUACIÓN DE PRODUCTOS DEL CENTRO DE TECNOLOGÍA CAPILAR. BARCELONA.



a aumentar la velocidad de introducción del producto en el competitivo mercado cosmético y es un requisito imprescindible si se quiere que los consumidores aumenten la frecuencia de uso e incluso añadan nuevos productos a su rutina de cuidados. En efecto, es un hecho constatado que la mayoría de las mujeres destina muy poco tiempo a sus cuidados de belleza (el 70% de las mujeres dedica menos de 30 min al día e incluso el 15% dedica menos de 10 min) y no parecen dispuestas a destinar mucho más a estos cuidados básicos (estudio de Avon realizado con 21.000 mujeres de 24 países en 2004)². Por tanto, los cosméticos funcionales —prácticos, fáciles de llevar y de aplicar— tienen casi el éxito asegurado entre los consumidores. Algunos cosméticos que ya siguen esta consigna son, por ejemplo:

- Las máscaras de pestañas con doble aplicador, uno en cada extremo, para tratar y maquillar las pestañas.
- Las máscaras que llevan en el extremo contrario un delineador de ojos.
- Los lápices de ojos que incorporan el delineador en un extremo y un pincel difuminador en el otro.
- Los delineadores de labios unidos a las barras de labios.
- Las cremas para rostro en envase unidosis, incorporadas en el interior de cápsulas de gelatina blanda.

- Los papeles para absorber brillos.
- El jabón de manos en láminas.
- Los *sachets* y toallitas con diversas aplicaciones: desmaquillantes, quitaesmaltes de uñas, autobronceadoras, etc.

Envase diseñado a medida

Para aumentar la funcionalidad del cosmético, el envase resulta de gran importancia. De ahí que las marcas también inviertan en el desarrollo de envases a medida, diseñados específicamente para potenciar las cualidades de cada producto y, de nuevo, su manejabilidad. Prueba de ello son los envases apilables, los maquillajes labiales en blíster o los miniestuches de maquillaje que incluyen los productos básicos, pinceles y espejo.



Múltiples propiedades

La tercera tendencia del mercado dermofarmacéutico apunta hacia los productos que ofrecen múltiples propiedades. Estas cualidades adicionales o se han añadido a los cosméticos de uso diario o se presentan como un beneficio para la salud del usuario. Así, entre los cosméticos de uso diario, cada vez son más habituales las leches corporales y desodorantes que, además, inhiben el crecimiento del vello, los geles de ducha estimulantes y las cremas hidratantes para eliminar brillos de la piel, por citar algunos ejemplos. Entre los cosméticos que reivindican un efecto beneficioso relacionado con la salud —general o de una parte del cuerpo— se encuentran los acondicionadores capilares repelentes de la polución, las cremas corporales para pieles xerósicas, los dentífricos y geles de baño con propiedades antisépticas, entre otros productos.

Antienvejecimiento

La cuarta tendencia de consumo de cosméticos nos sitúa en una necesidad clásica de la cosmética: el deseo de parecer más joven. Para frenar los efectos del envejecimiento y mejorar el aspecto de la piel, la dermocosmética nos va a ofrecer soluciones originales y realmente eficaces. Para ello se ha inspirado en los tratamientos antienvjecimiento propios de la medicina estética, tan extendidos en los últimos años, y ha tratado de imitar sus procedimientos. En consecuencia, se están desarrollando diversos productos que reproducen los tratamientos medicoestéticos en casa, como los *kits* para realizar una dermoabrasión, para rellenar arrugas, los *peelings* químicos con ácido glucólico, los pulverizadores faciales de oxígeno y los tratamientos blanqueadores dentales. Asimismo, se están formulando alternativas cosméticas a estos tratamientos medicoestéticos, ya que los cosméticos representan una elección menos invasiva y con resultados más naturales, por lo que un gran grupo de consumidores está comenzando a decantarse por esta opción. A este sector de cosméticos pertenecen los productos que aumentan el volumen de los labios —alternativa a las infiltraciones de colágeno— y los cosméticos con efecto *botox*³ que compiten con las infiltraciones de toxina botulínica. Se prevé un claro aumento en la demanda de este grupo de productos debido a los buenos resultados que ofrecen, la comodidad de su aplicación en casa y el notable ahorro que suponen en relación con el tratamiento estético.

Potenciadores de la individualidad

La quinta tendencia en el consumo de cosméticos se centra en todos los productos que destacan nuestras características individuales, es decir, en los cosméticos que resaltan y mejoran «lo que la naturaleza nos ha da-

do». En este apartado se incluyen, por ejemplo, los productos que aumentan la longitud de las pestañas, las líneas capilares específicas para un tipo de cabellos —productos para cabellos rubios, para cabellos castaños, para cabello afro, etc.—, así como los preparados que aumentan la belleza desde el interior, es decir, la nutricosmética. Todos estos productos nos demuestran que el concepto actual de belleza está más relacionado con la potenciación de nuestra individualidad que con la imitación de un modelo estético único y preestablecido.

Por otra parte, llevar la experiencia del *spa* a casa va a ser un hábito creciente en los próximos años. Ya está proliferando todo tipo de productos relajantes, antiestrés, energizantes, cosméticos para chocoterapia e incluso estuches que incluyen un disco compacto para realizar musicoterapia durante la aplicación del tratamiento. Todos estos productos reflejan el interés de los consumidores por un cuidado integral del cuerpo y la mente y auguran tanto éxito a esta tendencia como el que la aromaterapia obtiene desde hace años.

Personalización

Por último, la personalización o *customización*, si seguimos el anglicismo en boga, es una tendencia que también está llegando a la dermocosmética. En los próximos años asistiremos a la creación de pequeñas marcas con productos muy específicos, al lanzamiento de estuches de esencias para confeccionar perfumes individualizados y al desarrollo de líneas completas para sectores de la población olvidados hasta ahora. Por ejemplo, se abrirán nuevos mercados todavía inexistentes, como las minorías étnicas, los adolescentes y preadolescentes y la cosmética para mayores de 60 años. Al respecto, parece que los cosméticos formulados para las personas mayores de 50 años van a presentar a corto plazo un fuerte incremento en la demanda. Destinados a un segmento de población en constante crecimiento en toda Europa occidental —especialmente en España— y con un notable poder adquisitivo, el éxito final de estos productos dependerá en gran medida de que ofrezcan expectativas realistas con las que los usuarios se puedan identificar.

Bibliografía

1. Dornblaser L, Jago D. Mintel Group. Top trends in cosmetics and skincare. En: In-Cosmetics. Feria celebrada en Berlín del 12 al 14 de abril de 2005.
2. Marketing Intelligence/YIN Group: Untapped consumer needs: a real opportunity for pro-active cosmetic manufacturers. En: In-Cosmetics. Feria celebrada en Berlín del 12 al 14 de abril de 2005.
3. Alcalde MT. Cosméticos con efecto *botox*. OFFARM. 2004;23:92-9.
4. Maxi-Lip. Información técnica de Sederma. Rpte. Croda.
5. Alcalde MT. Cosméticos con efecto *botox*. Acciones complementarias. OFFARM. 2005;24:114-32.
6. Alcalde MT. Ingredientes exóticos. Propiedades y aplicaciones dermofarmacéuticas. OFFARM. 2005;26:70-7.
7. Eyeseryl. Información técnica de Lipotec.
8. Eyeliss. Información técnica de Sederma. Rpte. Croda.
9. Haloxyl. Información técnica de Sederma. Rpte. Croda.
10. Alcalde MT, Del Pozo A. El uso de Padina pavonica como activo cosmético. OFFARM. 2004;23:170-1.



Productos más utilizados

A continuación se revisan las características de los productos más utilizados para satisfacer las nuevas necesidades cosméticas (tabla 2), ya sean los inspirados en los tratamientos medicoestéticos o los fabricados para necesidades específicas de los consumidores.

Cosméticos inspirados en los tratamientos medicoestéticos

El miedo al quirófano, la falta de tiempo o de presupuesto para acudir cada semana al centro de belleza y la comodidad son las razones que se esconden tras este auge cosmético, que no ha hecho más que aterrizar en la oficina de farmacia. Los laboratorios cosméticos han desarrollado una nueva categoría de cosméticos que se inspiran en los tratamientos reservados a médicos estéticos y dermatólogos, pero que el usuario puede realizar en su propio domicilio. Por ejemplo, la dermoabrasión es un procedimiento exfoliante mediante el que se pulverizan a presión cristales de óxido de aluminio sobre el rostro con objeto de eliminar las capas córneas más superficiales. Una vez liberada de células muertas, la piel queda más lisa, suave y luminosa. Inspirados en este proceso, los nuevos productos para la dermoabrasión en casa también incluyen micropartículas de óxido de aluminio (INCI: alumina) en su formulación, en ocasiones combinadas con otras partículas. Para que su acción exfoliante de células muertas no resulte excesivamente agresiva para la piel, se seleccionan partículas esféricas, de tamaño más bien pequeño, y a una concentración que depende del tipo de piel al que van destinadas. Así, los productos para pie-

Tabla 2. Ejemplos de nuevos cosméticos según las últimas tendencias

Funcionalidad	• Máscaras de pestañas con doble aplicador • Máscaras con delineador de ojos • Lápidos de ojos con pincel difuminador • Barras de labios con perfilador • Cremas en envase de una sola dosis • Papeles para absorber brillos • Jabón de manos en láminas • Sachets y toallitas
Envase diseñado a medida	• Envases apilables • Barras labiales en blíster • Miniestuches de maquillaje
Productos con múltiples acciones	• Leches corporales que inhiben el crecimiento del vello • Desodorantes que inhiben el crecimiento del vello • Geles de ducha estimulantes • Geles de ducha con propiedades antisépticas • Hidratantes faciales que eliminan los brillos de la piel • Acondicionadores capilares que repelen la polución
Productos para parecer más joven	<i>Para realizar en casa los tratamientos medicoestéticos</i> • Productos para la dermoabrasión • Peelings químicos con ácido glucólico • Pulverizadores faciales de oxígeno • Tratamientos blanqueadores dentales • Cosméticos despigmentantes • Envolvimientos para el tratamiento de la celulitis, las piernas pesadas, etc. <i>Alternativa a los tratamientos medicoestéticos</i> • Cosméticos para aumentar el volumen de labios • Cosméticos con acción similar al botox • Ampollas tensoras • Dentífricos que blanquean el esmalte
Productos para potenciar las características individuales	• Productos para reforzar y alargar las pestañas • Líneas capilares específicas (para cabellos rubios, pelirrojos, rizados, con canas, etc.) • Cosméticos que dan brillo al cabello • Cosmética étnica (capilar, facial y decorativa) • Suplementos dietéticos que mejoran el aspecto de la piel: nutricosmética
Personalización	• Kits para elaborar perfumes • Cosméticos para las bolsas de los ojos • Cosméticos para las ojeras • Productos para el contorno de los labios • Productos para preadolescentes y adolescentes • Cosméticos para mayores de 60 años



les grasas o en las líneas para hombre se emplean concentraciones más altas de partículas exfoliantes.

Aumento del volumen de los labios

En los cosméticos que reivindican el aumento del volumen de los labios, el activo empleado se comercializa con la denominación INCI ethylhexyl palmitate, tribehenin, sorbitan isostearate, palmitoyl oligopeptide. Este activo contiene el tripéptido GHK que estimula la síntesis de colágeno y glucosaminoglucanos. Los estudios *in vitro* e *in vivo* realizados⁴ demuestran que, tras su aplicación, los labios aparecen más firmes, más suaves e hidratados y mejor definidos (fig. 1).

Relleno de las arrugas

Los cosméticos con efecto relleno de arrugas suelen incluir una o varias de las siguientes sustancias activas:

- Péptidos de origen biotecnológico que estimulan los fibroblastos de la dermis para aumentar la síntesis de fibras de sostén como colágeno, elastina y mucopolisacáridos. Entre estos péptidos figuran palmitoyl tetrapeptide-3 y palmitoyl oligopeptide, comentados con detalle en un artículo anterior⁵.
- Péptidos de origen vegetal (procedentes de trigo o soja) unidos a un ácido graso que actúa como factor de penetración. Por ejemplo, palmitoyl hydrolyzed wheat protein⁵.
- Extractos vegetales que estimulan el metabolismo de los fibroblastos, como el extracto de centella (*Centella asiatica*). El ingrediente más novedoso es el extracto de mamakú (*Cyathea medullaris*), obtenido de un helecho de origen australiano⁶ y que se está incluyendo en los últimos lanzamientos de las marcas de alta gama.
- Extractos vegetales con acción fitoestrogénica. Las isoflavonas estimulan el metabolismo celular,

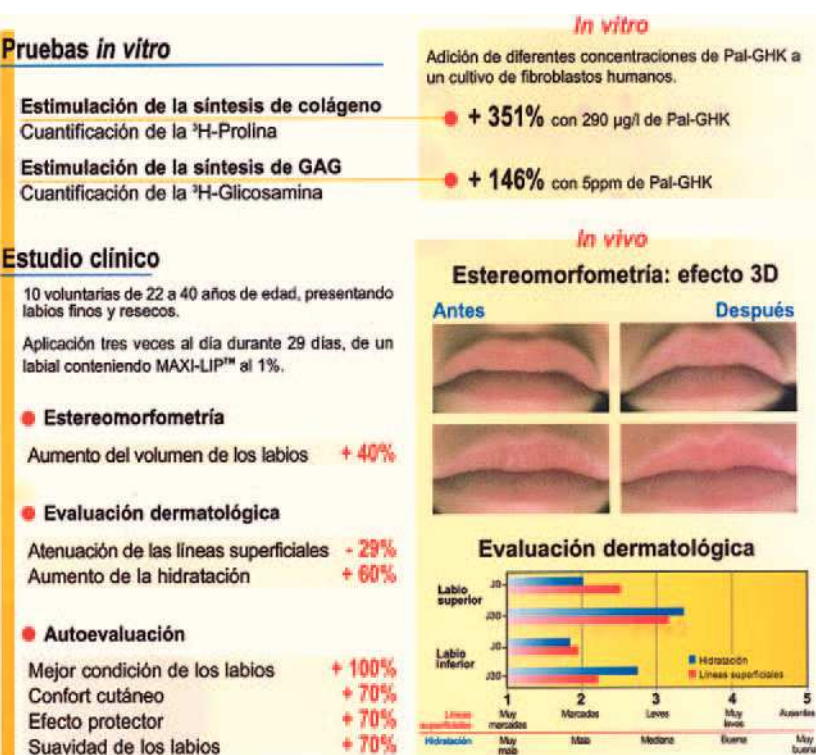


Fig. 1. Resultados de los estudios *in vitro* e *in vivo* del activo utilizado para aumentar el volumen de los labios.

la síntesis de fibras dérmicas, la relipidización y la hidratación de las pieles maduras. Son habituales los extractos de iris y soja.

- Extractos vegetales que estimulan el metabolismo de los adipocitos para elevar el surco de la arruga. Se utilizan la resina de guggul (*Commiphora mukul*) y especialmente el kombucha (INCI: *Saccharomyces/Xylinum black tea ferment*). Este fermentado procedente del té^{5,6} restablece el volumen de las zonas deficitarias como el surco de las arrugas y proporciona mayor luminosidad y suavidad a la piel, por lo que se ha convertido en un activo muy habitual en los productos para el relleno de las arrugas.
- Gomas de silicona, que son macromoléculas que forman una película continua que rellena el surco de las arrugas.
- Microesferas de sílice deshidratadas con capacidad de captar y retener agua, que aumentan de volumen y rellenan la arruga de forma mecánica.

- Pigmentos reflectores de la luz, conocidos con el nombre de *soft-focus*. Son partículas de mica o sílice recubiertas de óxido de titanio, óxidos de hierro y perfluorodecalina, entre otros elementos. Los pigmentos *soft-focus* reflejan la luz que incide sobre la piel en todas las direcciones, por lo que se reduce el efecto de luces y sombras propio de las pieles arrugadas. Aunque su mecanismo de acción es de tipo óptico exclusivamente, es decir, no ejercen ninguna acción biológica sobre las estructuras cutáneas, sus resultados son muy apreciados por los consumidores porque perciben de forma inmediata una disminución visual de las arrugas y de las imperfecciones de la piel. Estos resultados inmediatos contribuyen a la fidelización del usuario, que con la aplicación continuada del producto da tiempo a que los restantes activos del cosmético activen los procesos biológicos que comportan la disminución de las arrugas.

Cosméticos para necesidades específicas

Contorno de ojos

Las líneas dermofarmacéuticas se amplían con nuevos productos que cubren acciones muy concretas.

Una única crema ya no es suficiente para el cuidado del rostro. Así, se nos ofrecen, por ejemplo, sólo para el contorno de los ojos, cremas para tratar las arrugas, para tensar la piel, eliminar las bolsas o disminuir las ojeras. En esta multiplicación de productos resulta fundamental la acción de nuevos principios activos cada vez más específicos y con una eficacia bien demostrada.

Los cosméticos que tratan específicamente las bolsas del contorno de los ojos contienen activos innovadores como:

- Acetyl tetrapeptide-5, que actúa de forma similar a un inhibidor de la enzima convertidora de la angiotensina. El aumento de drenaje en la zona descongestiona las bolsas prominentes de los párpados⁷.
- La asociación de tres sustancias: hesperidin methyl chalcone, que disminuye la permeabilidad capilar, con el dipéptido valina-triptófano, que aumenta la circulación linfática, y con un lipotri péptido que reduce la inflamación al tiempo que aumenta la firmeza y elasticidad de la zona⁸ (fig. 2).

Los cosméticos que disminuyen las ojeras son otro ejemplo de la creciente especificidad de las nuevas formulaciones. La formación de las ojeras se debe a la acumulación de hemoglobina y sus derivados (bilirrubina, biliverdina y hierro) en la dermis y la epidermis. Para su tratamiento, se ha realizado la siguiente asociación de moléculas: N-hydroxysuccinimide, que solubiliza el hierro, facilitando su eliminación; chrysin, un flavonoide que estimula la eliminación de la bilirrubina acumulada mediante la activación de la enzima

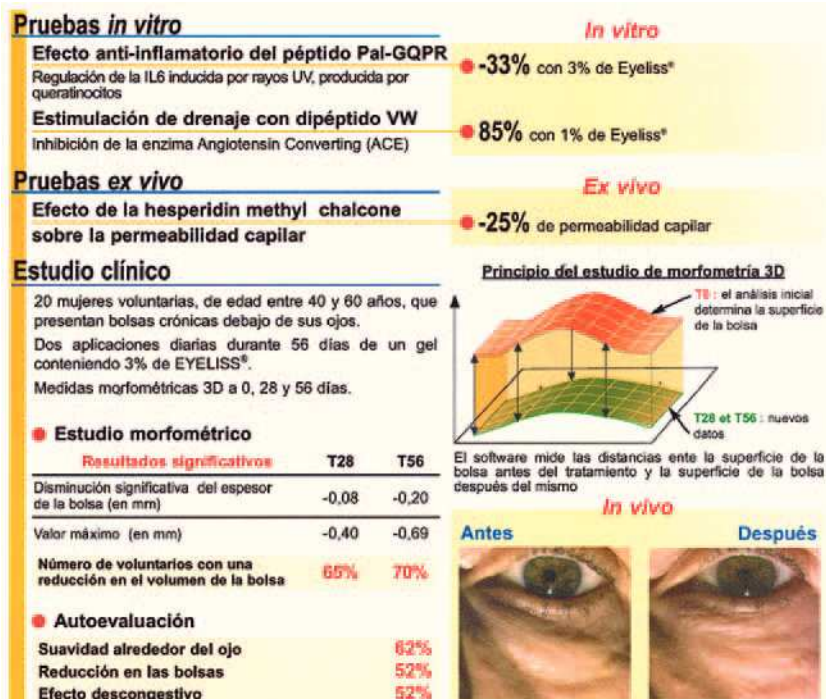


Fig. 2. Resultados del estudio clínico realizado con el activo utilizado para tratar específicamente las bolsas del contorno de los ojos.



Fig. 3. Resultados del estudio clínico realizado sobre con el activo antiojeras.

UGT1A1; palmitoyl oligopeptide y palmitoyl tetrapeptide-3, que refuerzan la firmeza y el tono del contorno del ojo. Su eficacia se ha demostrado *in vitro* y en estudio clínico⁹ (fig. 3).

Para mayores de 60 años

Se formulan para compensar las consecuencias que la disminución hormonal produce sobre la piel: deshidratación, deslipidización, etc. Entre sus principales ingredientes se encuentran:

- Los extractos vegetales ricos en isoflavonas, como los extractos de angélica (*Angelica archangelica*, *A. sinensis*), hueso de dátil (*Phoenix dactylifera*), iris (*Iris florentina*),

lúpulo (*Humulus lupulus*), ñame silvestre (*Dioscorea villosa*), peonía (*Paeonia suffruticosa*), Pueraria mirifica, soja (*Glycine soja*) y trébol rojo (*Trifolium pratense*). Algunos aceites, como el de pepita de manzana (*Pyrus malus*) también poseen acción fitoestrogénica.

- Sustancias despigmentantes y aclarantes cutáneos, como los extractos de gayuba (*Arctostaphylos uva-ursi*), milenrama (*Achillea millefolium*), morera (*Morus alba*) y regaliz (*Glycyrrhiza glabra*), entre otros.
- Los activos que aumentan los niveles de calcio en la epidermis, como por ejemplo algunas sales de calcio y el extracto del alga *Padina pavonica*¹⁰. ■