

Cuidado del cabello

En el ser humano el cabello tiene dos funciones: una de protección y otra estética. Sin embargo, aunque es cierto que el cabello protege el cuero cabelludo del sol y del frío, en nuestra cultura el elemento más importante de preocupación ante cualquier anomalía es fundamentalmente estético.

MARIA-JOSEP DIVINS

Farmacéutica

Caída excesiva del cabello, caspa, grasa, etc. son problemas frecuentes que pueden tratarse en la actualidad con gran eficacia gracias a la amplia gama de productos existentes. Y cada vez más, el abordaje de la salud y belleza del cabello no es únicamente tópico, ya que se comercializan un buen número de complementos nutricionales capilares, por vía oral, que cumplen su función actuando “desde dentro”.

El cabello y sus posibles problemas

El cabello es una continuación de la piel cornificada del cuero cabelludo. Está formado por una fibra de queratina y consta de una raíz y un tallo.

Anatómicamente, el cabello presenta la misma estructura que cualquier otro tipo de pelo, aunque la implantación en la piel es más profunda que en el resto, ya

que el folículo piloso llega en este caso hasta la hipodermis.

Las glándulas sebáceas son órganos secretores exocrinos que producen una sustancia grasa llamada sebo y desembocan dentro de cada folículo.

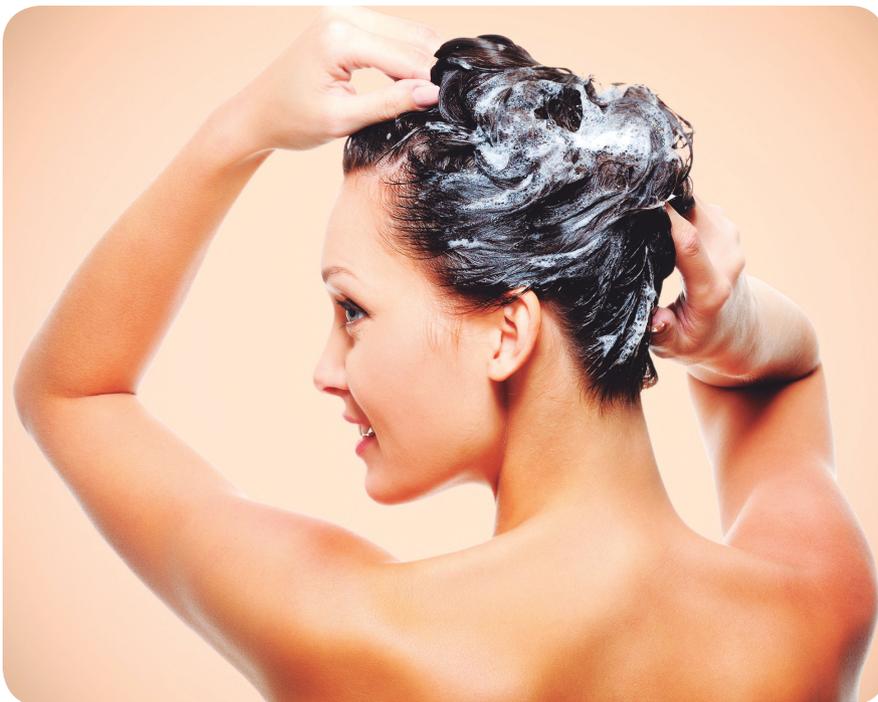
El pelo no crece de manera indefinida, sino que tiene un crecimiento cíclico llamado *ciclo piloso*. El proceso de formación y degeneración del cabello se encuentra fisiológicamente en equilibrio, y cualquier alteración de este proceso provoca una caída del cabello mayor a su producción.

La estructura filamentosa de la queratina da al cabello elasticidad, resistencia y porosidad. Los pigmentos responsables del color del pelo son las melaninas, que son producidas por los melanocitos de la matriz.

Uno de los problemas más frecuentes y que más preocupa es el de la caída excesiva del cabello.

El adulto posee entre 100.000 y 150.000 cabellos que crecen y caen de manera cíclica, como ya se ha comentado. Cuando el pelo ha acabado su ciclo se atrofia, pero antes de que se desprenda se inicia la formación de uno nuevo en la base del folículo. Unos 100 cabellos se eliminan diariamente.

Cualquier alteración en este proceso provoca una caída del cabello mayor a la producción y se manifiesta como una pérdida rápida, generalizada y masiva del mismo.



Algunos medicamentos también son la causa de serias alopecias. Todos sabemos de la pérdida absoluta de toda la masa capilar que produce el tratamiento con muchos citostáticos.

Otras causas de pérdida de cabello se deben a infecciones, traumatismos,... aunque en estos casos las zonas afectadas están circunscritas a una o varias áreas.

Llamamos *caspa* a las pequeñas placas de células epidérmicas muertas del cuero cabelludo. A medida que crece la piel, las células son empujadas hacia fuera, donde acaban de morir y se desprenden. Sin embargo, ciertas condiciones pueden causar que el ritmo de cambio sea excesivamente veloz. La causa más común de la caspa es un hongo (*Malassezia furfur*). Este hongo está normalmente en el cuero cabelludo y es parte importante en la renovación natural de sus células. Pero cuando este hongo crece en exceso, las células se eliminan en bloque y en gran cantidad, siendo así visibles.

La caspa puede ir acompañada de prurito, enrojecimiento e irritación. Es importante no rascarse para evitar posibles sobreinfecciones bacterianas.

Otras patologías que pueden producir caspa son la seborrea, la psoriasis, algunas alergias,... incluso déficits alimentarios, particularmente deficiencias de zinc.

Si a pesar de unos adecuados hábitos de higiene, el cabello presenta un aspecto grasiento y apelmazado, hablaríamos de *cabello graso*. Este problema se produce cuando las glándulas del cuero cabelludo producen una excesiva cantidad de sebo. No se trata de ninguna disfunción orgánica importante, aunque sea molesta. Se trata únicamente de una secreción anormalmente elevada, influida sobre todo por ciertos cambios hormonales, por eso es tan frecuente durante el periodo de la adolescencia.

Un cabello brillante y sedoso es sinónimo de salud capilar, en cambio un cabello opaco, quebradizo y con patente falta de hidratación, es un *cabello seco*. Normalmente un cabello está demasiado seco cuando su cuidado no es correcto. Para que esto no ocurra hay que evitar lavarlo en exceso, secarlo a temperaturas demasiado altas o utilizar productos demasiado agresivos que pueden eliminar los aceites naturales protectores del cabello.

Mercado del cuidado del cabello

El mercado de los productos para el cuidado del cabello se reparte en los siguientes subgrupos y del siguiente modo:

- Los productos nutritivos y anticaída orales fueron los que consiguieron mayores importes (39,26 millones de euros, 46,4%) debido a su mayor precio de venta, puesto que su porcentaje en unidades fue del 39,1% (1.655.000 unidades). Por el contrario, los champús fueron los más vendidos en volumen, con un 48,8% (2.066.000 unidades), pero consiguieron la segunda posición en cuanto a valores se refiere (22,15 millones de euros, 26,2%).

Los productos anticaída tópicos obtuvieron un 6,8% de las unidades (286.000 unidades) y un 24,5% de los valores, concretamente 20,69 millones de euros.

Mientras que el subsegmento de los acondicionadores y bálsamos de venta en farmacia se hicieron con un 2,6 (112.000 unidades) y un 1,4% (1,18 millones de euros), respectivamente (fig. 1).

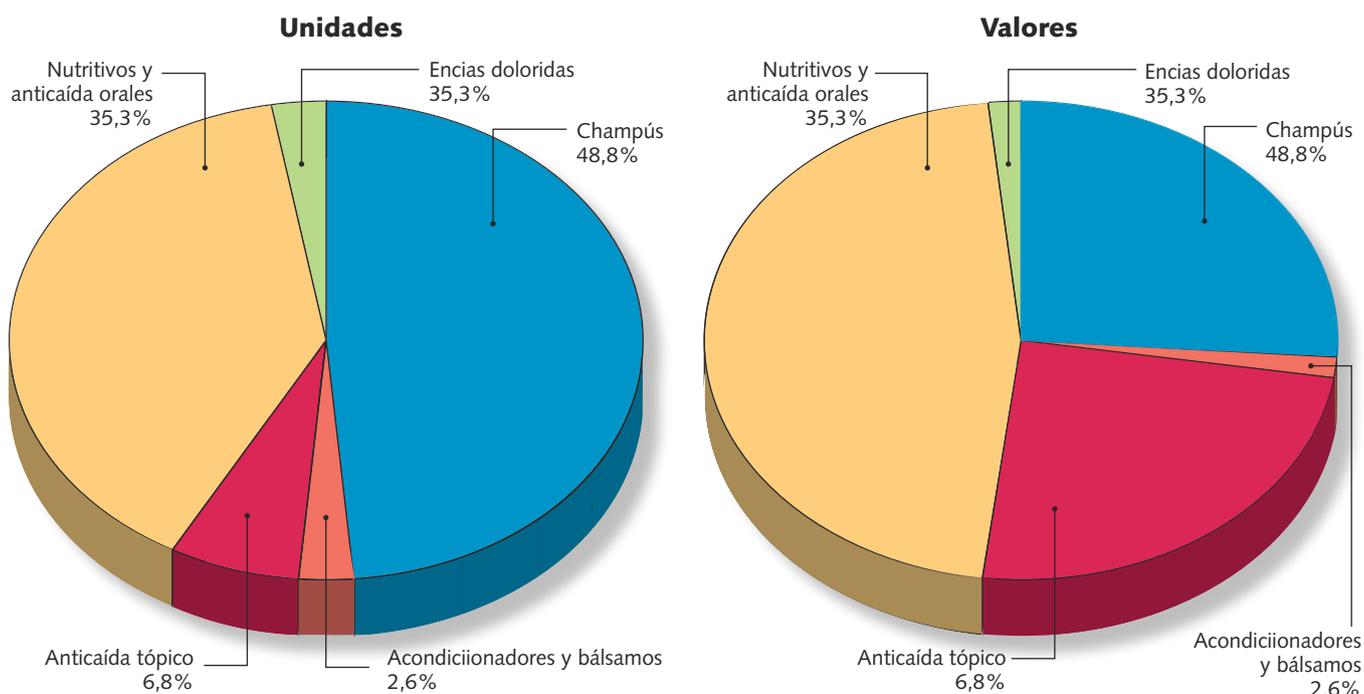


Figura 1. Cuidado del cabello. Peso de los distintos segmentos.

Datos: TAM Marzo 2014

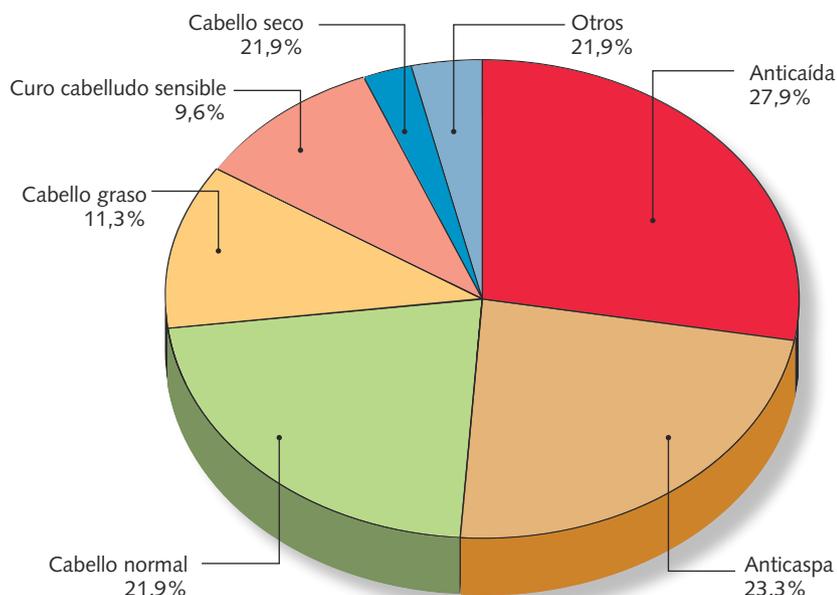


Figura 2. Champús. Segmentos principales.

Datos: TAM Marzo 2014

Champús

Las ventas totales de champús alcanzaron las 2.066.000 unidades vendidas, por un importe aproximado de 22,15 millones de euros.

Para un estudio más detallado de este mercado, suele subdividirse en distintos segmentos, según sea el problema específico a tratar.

Los que obtuvieron mayor facturación fueron los champús anticaída, de los que se

vendieron 551.000 unidades (26,7%), facturándose 6,19 millones de euros (27,9%).

Los anticaspas vendieron 431.000 unidades (20,8%) y 5,16 millones de euros (23,3%), mientras que los denominados champús para cabello normal consiguieron unos 4,85 millones de euros (21,9%), aunque en este caso se vendieron un mayor número de unidades, 555.000 (26,9%).

Ya a una cierta distancia, encontramos los champús para cabello graso, 211.000 unidades (10,2%) y 2,51 millones de

euros (11,3%), los indicados para el tratamiento del cabello sensible, 194.000 unidades (9,4%) y 2,13 millones de euros (9,6%) y, por último, los destinados a cabellos secos. Estos últimos facturaron 573.000 euros, un 2,6% del total.

El 3,4% restante engloba productos minoritarios, tales como los destinados a cabellos teñidos, con poco volumen, rizados, canos, etc (fig. 2).

Ventas por laboratorio

El primer lugar del ranking fue para Klorane, con 325.000 unidades vendidas (15,8%) y 4,11 millones de euros de facturación (18,5%).

Ducray fue el segundo laboratorio mejor situado, con 194.000 unidades (9,4%) y 2,76 millones de euros (12,5%). A continuación, Lacer con 188.000 unidades (9,1%) y 1,86 millones de euros (8,4%).

La cuarta posición la obtuvo, Isdin (130.000 unidades, 6,3% y 1,54 millones de euros, 7,0%), seguida de Vichy, con 105.000 unidades (5,1%) y 1,21 millones de euros (5,5%). En sexto lugar se situó Thea (844.000 euros, 3,8%), y en séptimo Bama Geve (771.000 euros, 3,5%).

Se situaron por detrás: Novartis CH, 574.000 euros (2,6%), Interpharma, 534.000 euros (2,4%) y GlaxoSK CH, con 521.000 euros (2,4%).

Todavía por encima del 2% encontramos tres laboratorios más: La Roche Posay, 498.000 euros (2,2%), Leti, 483.000 euros (2,2%) y Ferrer, 440.000 euros (2,0%), (tabla 1).

Champús anticaída

Se trata del grupo de mayor tamaño en cuanto a valores se refiere. Concretamente, facturó 6,19 millones de euros, resultado de sus más de 550.000 unidades vendidas en las farmacias españolas.

Klorane quinina, de laboratorios Klorane, fue la marca más vendida. Durante el año analizado fueron 120.200 unidades y 1,62 millones de euros (26,2%).

La segunda marca fue *Pilexil*, de Lacer, con 163.700 unidades y 1,61 millones de euros (26,1%). Se situó a continuación *Dercos Estimulante* (Vichy) con 44.100 unidades y 485.000 euros (7,8%) y *Kaidax* (Thea) con 29.400 unidades y 404.000 euros (6,5%).

Por debajo del 5% en valor: *Anaphase* (Ducray) con 16.400 unidades y 232.000 euros (3,7%), *Acofarm Anticaída* (Acofarm

Tabla 1. Champús. Ventas por laboratorio

	Unidades (000)	%	Miles de euros	%
Klorane	325	15,8	4.105	18,5
Ducray	194	9,4	2.760	12,5
Lacer	188	9,1	1.859	8,4
ISDIN	130	6,3	1.540	7,0
Vichy	105	5,1	1.211	5,5
Thea	53	2,6	844	3,8
Bama Geve	44	2,1	771	3,5
Novartis CH	30	1,4	574	2,6
Interpharma	74	3,6	534	2,4
GSK CH	42	2,0	521	2,4
La Roche Posay	42	2,1	498	2,2
Leti	47	2,3	483	2,2
Ferrer	33	1,6	440	2,0
Otros	759	36,7	6.012	27,1
Total	2.066	100,0	22.152	100,0

Datos: T.A.M. Marzo 2014

ma) con 25.8000 unidades y 199.000 euros (3,2%), *Triconails* (Cosmeclínik) con 10.600 unidades y 176.000 euros (2,8%), *Lambdapil* (Isdin) con 14.300 unidades y 157.000 euros (2,5%) y *Dercos Neogenic* (Vichy), 8.600 unidades y 155.000 euros (2,5%).

Los demás productos están ya por debajo del 2% (fig. 3).

Champús anticaspas

Las ventas totales ascendieron a 431.000 unidades y 5,16 millones de euros.

Ventas por marcas

La marca más destacada fue *Kelual DS* de Ducray. Consiguió unas ventas de 49.000 unidades, que le aportaron unos 808.000 euros, lo que representa un 15,7% del mercado de los champús anticaspas. A una cierta distancia: *Neutrogena T Gel* (Neutrogena) con 26.000 unidades y 392.000 euros (7,6%).

Un cabello brillante y sedoso es sinónimo de salud capilar, en cambio un cabello opaco, quebradizo y con patente falta de hidratación, es un cabello seco. Normalmente un cabello está demasiado seco cuando su cuidado no es correcto.

En tercer lugar se situó, *Pitiriasin* de Novartis C.H. con 13.400 unidades y 307.000 euros (6,0%).

En la cuarta posición encontramos *Stiproxal* (GSK C.H.), 22.000 unidades y 293.000 euros (5,7%).

A continuación, *Dercos Technique* (Vichy), 26.000 unidades y 286.000 euros (5,5%).

Con porcentajes muy similares, las siguientes marcas *Stiprox* (GSK C.H.) con 20.000 unidades y 228.000 euros (4,4%), *Kerium* (La Roche Posay) con 19.000 unidades y 223.000 euros (4,3%) y *Kertyol P.S.O.* (Ducray) con 16.000 unidades y 220.000 euros (4,3%).

La novena posición fue para *Ketopyrox* (Isdin), 205.000 euros (4,0%).

Mientras, *Squanorm* de Ducray, fue la décima con 168.000 euros (3,3%).

Finalmente, como última marca que obtiene más de un 3% en valor, encon-

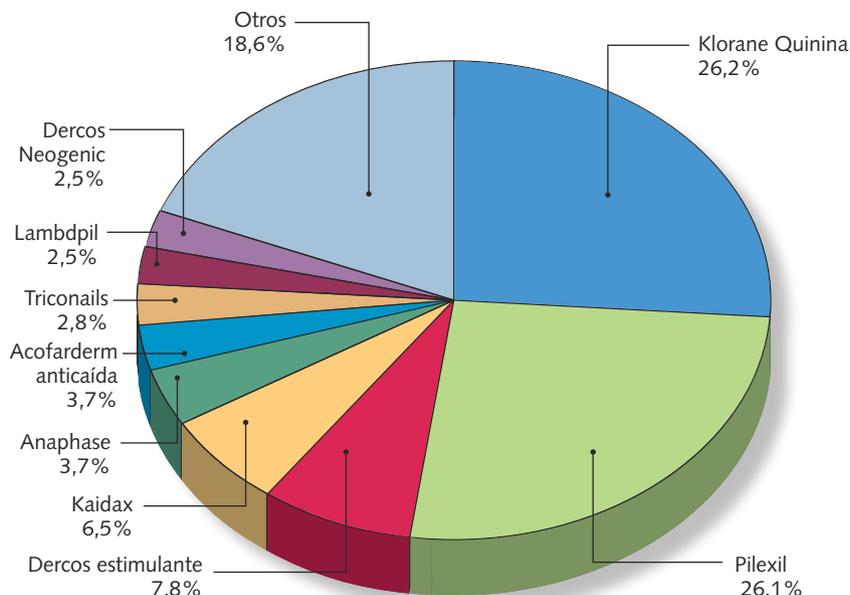


Figura 3. Champús anticáida. Primeras marcas.

Datos: TAM Marzo 2014

tramos a *Zincation Frecuencia* (Isdin), 158.000 euros (3,1%), (fig.4).

Productos capitales anticáida tópicos

Estos productos concebidos para contribuir a frenar o disminuir la caída del cabello por vía tópica, que se presentan en forma de lociones, ampollas y vapo-

rizadores generaron durante el período analizado unos 20,69 millones de euros de facturación (821.000 unidades).

Ventas por marca

La marca de Viñas, *Minoxidil Viñas* se colocó en cabeza de las más vendidas con 225.000 unidades y 4,50 millones de euros (22,3%). Le siguió *Lacovin*, de Galderma, que con sus 220.100 unidades vendidas obtuvo 3,60 millones de euros (17,8%).

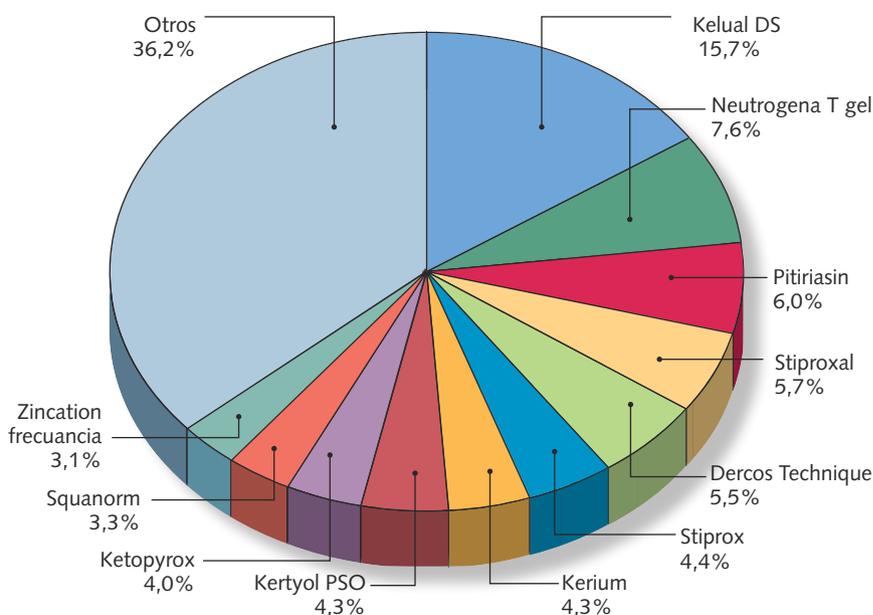


Figura 4. Champús anticaspas. Primeras marcas.

Datos: TAM Marzo 2014

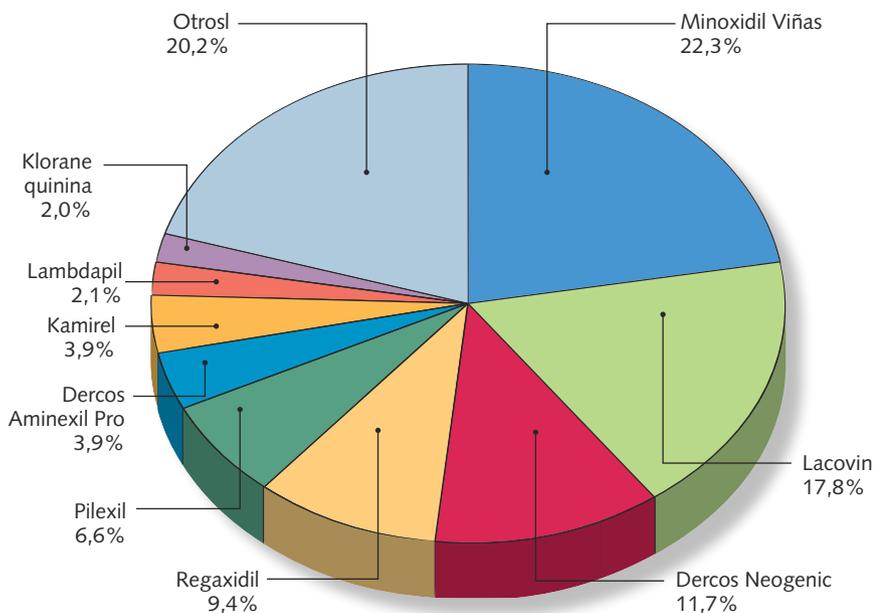


Figura 5. Capilares anticaída tópicos. Primeros productos.

Datos: TAM Marzo 2014

Más que cuidados puntuales, que deben reservarse para situaciones muy concretas, la salud del cabello depende de cómo sea tratado durante todo el año. Para ello es fundamental, que cada persona sea capaz de identificar bien su tipo de cabello

Con un 11,7% (2,37 millones de euros) se situó *Dercos Neogenic* de Vichy. En este caso el número de unidades fue relativamente bajo, sólo 28.200.

El cuarto lugar fue para *Regaxidil* (IFC) con 82.700 unidades y 1,91 millones de euros (9,4%).

Seguida de *Pilexil* (Lacer, 1,34 millones de euros, 6,6%) y *Dercos Aminexil Pro* (Vichy, 790.000 euros, 3,9%).

Kamirel, de Bama Geve, consiguió una facturación similar a la anterior, 784.000 euros (3,9%).

Ya en las posiciones séptima y octava encontramos *Lambdapil* (Isdin, 417.000 euros, 2,1%) y *Klorane Quinina* (Klorane, 406.000 euros, 2,0%).

Las demás marcas no superan ninguna de ellas el 2% (fig. 5).

Productos capilares nutritivos y anticaída

Nos encontramos ante un segmento importante en cuanto a ventas se refiere y con una implantación cada día mayor entre los clientes de nuestras farmacias. Las ventas totales fueron de 1.566.000 unidades por un importe aproximado de 37,20 millones de euros.

Ventas por laboratorios

En cabeza, Viñas. Sus ventas 311.000 unidades (19,8%) y 6,59 millones de euros (17,7%). Inneov, a continuación con 120.000 unidades (7,6%) y 4,71 millones de euros (12,7%).

Medea, fue el tercer laboratorio y el primero de ellos con porcentaje inferior al 10% en valor (8,3%, 3,09 millones de euros) y 166.000 unidades (10,6%).

Con porcentajes de entre el 8 y el 5%, cuatro laboratorios: Omega Pharma (2,90 millones de euros, 7,8%), Bama Geve (2,60 millones de euros, 7,0%), Ducray (2,60 millones de euros, 7,0%) y Lacer, 1,98 millones de euros (5,3%).

La octava posición fue para Rottapharm Madaus con 1,62 millones de euros (4,4%).

Seguidos de otros tres laboratorios con un 2,8% cada uno: Thea y 1,05 millones de euros, Klorane (1,04 millones de euros) e IFC con 1,04 millones de euros.

Finalmente, Isdin consiguió 805.000 euros (2,2%) y Arkochim, 765.000 euros (2,1%), (tabla 2).

Ventas por marcas

Las dos primeras marcas se corresponden los dos primeros laboratorios. No así sus cifras de ventas, puesto que ambos laboratorios cuentan con varios productos dentro de este grupo, son: *Vitacrecil Complex* (Viñas) con 220.000 unidades y 4,63 millones de euros e *Inneov Densilogy* (Inneov) con 76.400 unidades y 3,24 millones de euros.

Tabla 2. Capilares nutritivos y anticaída orales

	Unidades (000)	%	Miles de euros	%
Viñas	311	19,8	6.585	17,7
Inneov	120	7,6	4.714	12,7
Medea	166	10,6	3.087	8,3
Omega Pharma	103	6,5	2.895	7,8
Bama Geve	88	5,6	2.598	7,0
Ducray	96	6,1	2.597	7,0
Lacer	87	5,5	1.982	5,3
Rottapharm Madaus	67	4,3	1.621	4,4
Thea	37	2,4	1.052	2,8
Klorane	45	2,9	1.039	2,8
IFC	51	3,2	1.038	2,8
ISDIN	46	2,9	805	2,2
Arkochim	56	3,6	765	2,1
Otros	295	18,8	6.418	17,3
Total	1.566	100,0	37.196	100,0

Datos: T.A.M. Marzo 2014

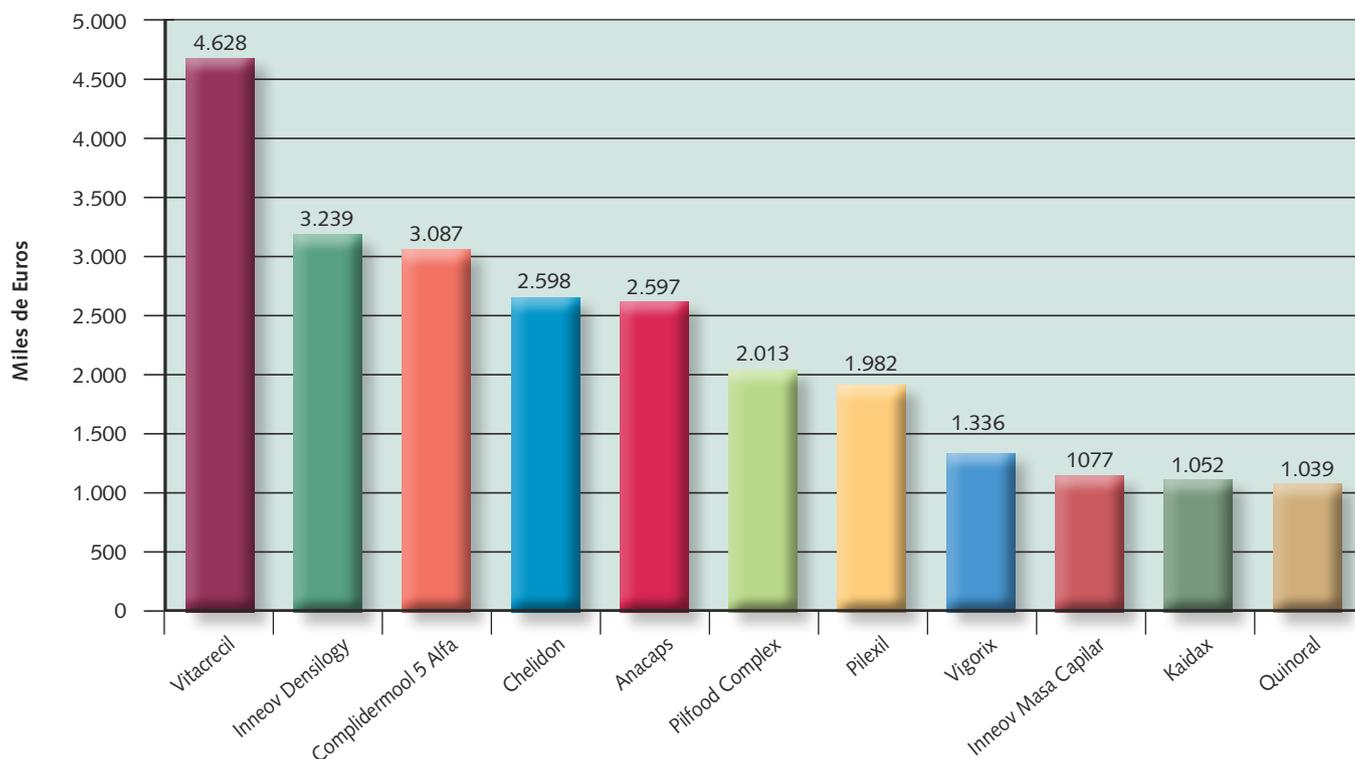


Figura 6. Capilares nutritivos y anticaída orales. Ventas de los primeros productos.

Datos: T.A.M. Marzo 2014

Medea, en cambio, cuenta con una sola marca, *Complidermol 5 Alfa* (3,09 millones de euros). Coinciden también las cifras de Bava Geve (su marca, *Chelidon*) y Ducray (*Anacaps*).

En sexto lugar se posicionó, *Pilfood Complex* (Omega Pharma) con 65.000 unidades y 2,01 millones de euros.

Seguida de *Pilexil* de Lacer, *Vigorix* (Viñas, 1,34 millones de euros), *Inneov Masa Capilar* (Inneov, 1,08 millones de euros), *Kaidax* (Thea, 1,05 millones de euros) y *Quinoral* (Klorane, 1,04 millones de euros), (fig.6).

Cuidar del cabello

Más que cuidados puntuales, que deben reservarse para situaciones muy concretas, la salud del cabello depende de cómo sea tratado durante todo el año. Para ello es fundamental, antes que nada, que cada persona sea capaz de identificar bien su tipo de cabello, ya que, de esta manera sabrá identificar también aquellos productos que pueden ser los más adecuados.

El cabello se ha de lavar siempre con agua tibia y, si se lava cada día, ha de hacerse con champús de los llamados de “uso frecuente” o “neutros” nunca con champús de tratamiento. Estos últimos son más agresivos y podrían eliminar los aceites protectores del pelo.

Desechar la idea de que lavar mucho el pelo empeora su caída e incrementa la secreción de grasa. El cabello que cae con los lavados ya está previamente dañado.

En cuanto al secado, la temperatura del secador no debe ser excesiva y mucho mejor si se utiliza un difusor.

Es mejor no abusar de planchas y tenazas para el pelo, dejarlo solo para ocasiones especiales.

En verano, al igual del mismo modo que al resto del cuerpo, debemos proteger nuestro cabello del sol. Es necesario no exponerlo en demasía y utilizar aquellos cosméticos expresamente formulados para tal fin.

Coletas y moños muy tensados tampoco son convenientes puesto que pueden acarrear rotura o arrancamiento del pelo.

Finalmente, desechar la idea de que lavar mucho el pelo empeora su caída e incrementa la secreción de grasa. El cabello que cae con los lavados ya está previamente dañado. En cuanto al tema del cabello graso, al tratarse de un tema fundamentalmente hormonal, no por

lavarlo más, habrá mayor secreción, además lavándolo de manera frecuente con productos muy suaves, no solo mejorará su aspecto sino también su salud.

Si nuestros clientes tienen alguna duda respecto a las atenciones que deben prestar a su cabello y nos preocupamos de exponer bien las gamas capilares que trabajemos en nuestra farmacia, es más probable que nos consulten. Si lo hacen, y además conocemos bien las propiedades de cada producto, encontraremos siempre la respuesta adecuada a sus preguntas y el producto o productos que cubrirán perfectamente sus necesidades. □