

Anticelulíticos

A nivel popular, conocemos como celulitis el trastorno metabólico caracterizado por la acumulación de tejido adiposo, agua y toxinas (nódulos adiposos) en determinadas zonas del cuerpo, principalmente nalgas, muslos y abdomen. Aunque se trata únicamente de un problema estético, la presencia de estos nódulos puede causar fuerte insatisfacción en todos aquellos que aspiran a tener una imagen “perfecta”.

MARIA-JOSEP DIVINS

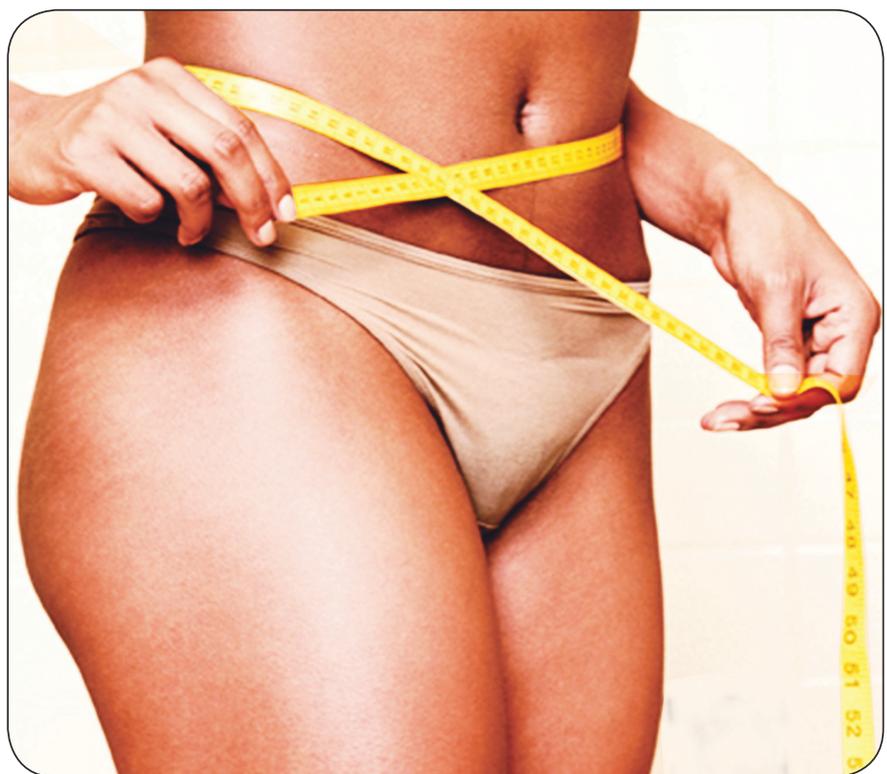
Farmacéutica

Combatir la celulitis es difícil, aunque no imposible, pero para ello deberemos actuar con constancia en varios frentes a la vez. El uso de un buen anticelulítico será imprescindible, así como mantener una dieta adecuada y una correcta hidratación. Tampoco hay que olvidar que se debe evitar el sedentarismo y ciertos hábitos nocivos como pueden ser el tabaco o el alcohol.

La celulitis

En la terminología médica estricta, se conoce como celulitis a la inflamación de los tejidos conectivos celulares subcutáneos. Sin embargo, para una inmensa mayoría, el concepto de celulitis es sinónimo de la temida “piel de naranja”. Otros nombres para esta entidad son síndrome de piel de naranja, lipodistrofia ginecoide y dermopaniculosis vasculopática.

La fisiopatología de la celulitis es compleja. Todo comienza con una estasis circulatoria, venosa y linfática que provoca una ralentización de la microcirculación cutánea, con la consiguiente retención de líquidos y toxinas. A partir de ahí, una serie de alteraciones patológicas del tejido conjuntivo y de las fibras de colágeno conducen a la aparición de los típicos nódulos.



Los factores que influyen en su aparición y desarrollo son diversos; entre ellos, tienen un papel primordial los estrógenos. Por esa razón, la aparición de celulitis es más frecuente en aquellas etapas de la vida en las cuales la actividad hormonal está más sujeta a variaciones, como son la pubertad, el embarazo y la menopausia. Las insuficien-

cias venosas, las varices y demás problemas circulatorios locales suponen, por un lado, un bloqueo a una correcta circulación, y por otro, un problema de compresión de la microcirculación. Por tanto, es evidente su incidencia en el origen o agravamiento de la celulitis. Otras patologías que pueden tener influencia en la aparición o el agrava-

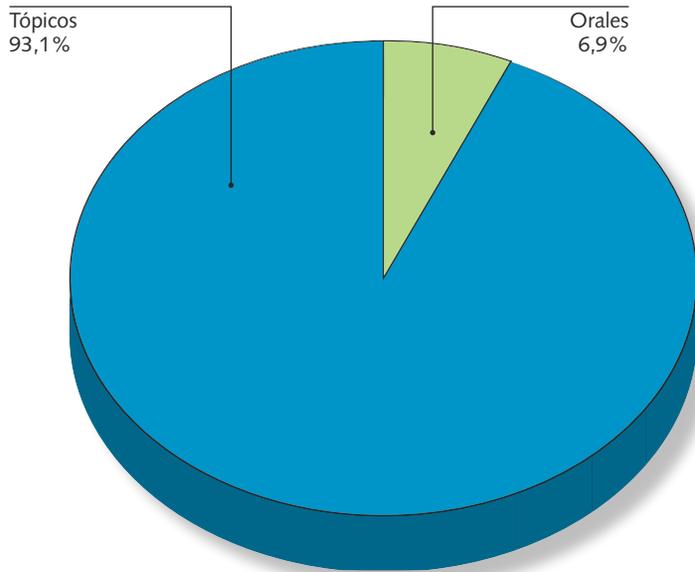


Figura 1. Anticelulíticos. % Mercado por formas-valores.

Datos: TAM noviembre 2015

miento de la celulitis son el hipotiroidismo, la diabetes, los trastornos hepáticos o las disfunciones hipofisarias.

Aunque es difícil establecer una correlación entre dotación genética y celulitis, es fácil constatar que existen familias con gran tendencia a padecer celulitis, y también que en ciertas razas o etnias hay más prevalencia que en otras.

Es frecuente relacionar obesidad con celulitis y cierto es que las personas con sobrepeso tienen una mayor propensión

a sufrirla. Pero es igualmente cierto que pueden presentar celulitis tanto las personas delgadas como las obesas.

Esta afección aqueja más a mujeres que a hombres y se calcula que más de un 80% la sufren en mayor o menor medida tras la pubertad. En las mujeres, las zonas más afectadas son los muslos y las nalgas. En los hombres, en cambio, la celulitis se localiza sobre todo en la zona del abdomen, en la llamada distribución androide.

Se habla de 3 tipos de celulitis en función de la distribución de los depósitos adiposos: generalizada, regional y localizada, así como de otras 3 clases según sea su aspecto y consistencia: celulitis dura (o compacta), blanda (o flácida) y edematosa (o acuosa).

A grandes rasgos y sin entrar en detalles, para paliar las manifestaciones clínicas de la celulitis contamos con diversos tipos de tratamientos:

- **Tópico:** mediante la aplicación local de preparados anticelulíticos.
- **Sistémico:** mediante complementos dietéticos por vía oral, conocidos como nutricosméticos.
- **Mecánico:** ofertados en centros de belleza, como masajes manuales, presoterapia, endermología, cavitación o radiofrecuencia.
- **Quirúrgico:** sólo en clínicas especializadas; liposucción y *lifting* de las extremidades inferiores.

Mercado de los anticelulíticos

En las farmacias podemos encontrar 2 grupos distintos de anticelulíticos, los de uso tópico y los que se administran por vía oral. Son 2 grupos con tamaños muy distintos, el 93,1% del total (en valor) corresponde a los primeros frente al 6,9% de las formas orales (TAM Noviembre 2015). (Ver Figura 1).

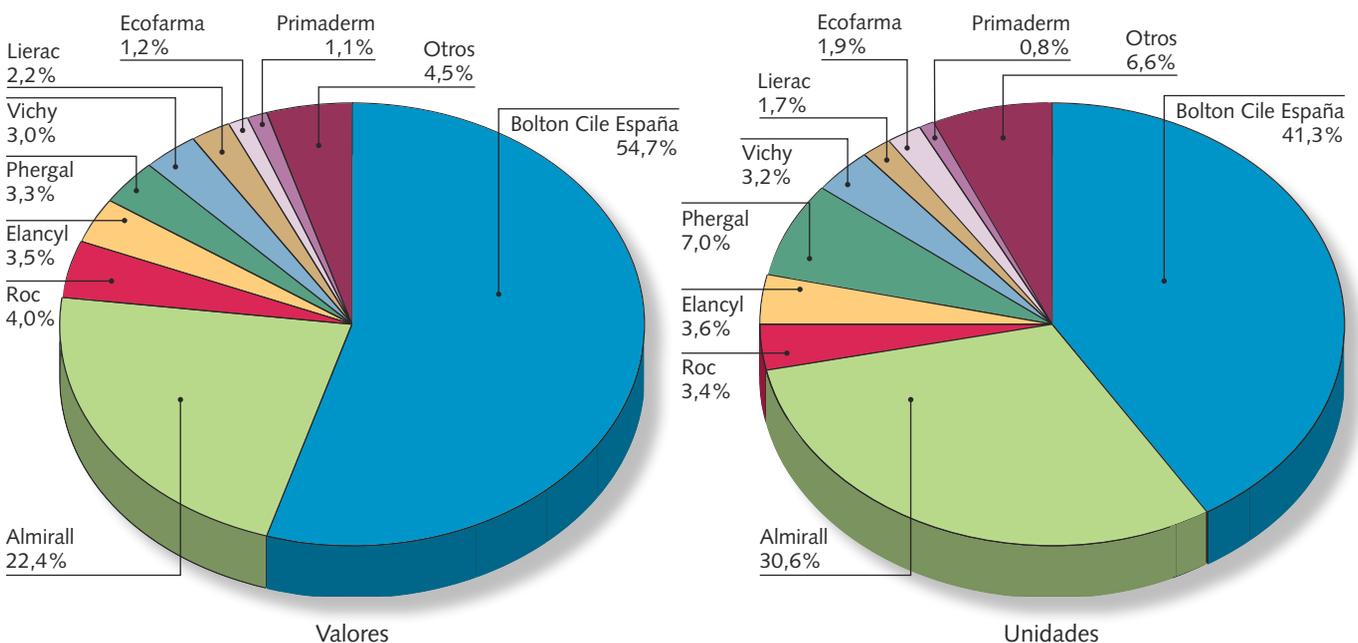


Figura 2. Anticelulíticos tópicos. % Mercado por laboratorios.

Datos: TAM noviembre 2015

Participan en este sector 80 laboratorios con 131 productos comercializados en las farmacias. Las ventas totales de anticelulíticos ascendieron a 316.000 unidades por un importe de 9,51 millones de euros. Estas cifras suponen el 1,2% del segmento de productos de belleza para mujeres y el 18,2% del segmento de belleza corporal.

Repasando las cifras de años anteriores, podemos constatar como continua un año más el descenso en las ventas del sector, si bien no ha sido este año tan acentuado como en otras ocasiones, se sitúa todavía en un importante -14%.

Mercado de los anticelulíticos tópicos

Las ventas de este subgrupo fueron de 275.500 unidades, con un importe aproximado de 8,85 millones de euros, siendo 99 los productos presentes en las farmacias de 75 laboratorios distintos.

Ventas por laboratorios

2 laboratorios destacan de manera clara frente al resto. Entre los 2 obtienen más de las 3/4 partes de las ventas en valor, en concreto un 77,1%.

El primero del ranking fue Bolton Cile España, que vendió 113.800 unidades (41,3%), consiguiendo una facturación de 4,84 millones de euros (54,7%), seguido de Almirall, que con 84.200 unidades (30,6%) obtuvo 1,98 millones de euros (22,4%).

El resto consiguen porcentajes inferiores siempre al 5%: Roc, con 9.300 unidades y 356.000 euros (4,0%); Elancyl, con 9.800 unidades y 312.000 euros (3,5%); Phergal, con 19.400 euros y 288.000 euros (3,3%) y Vichy, con 8.800 unidades y 264.000 euros (3,0%). (Ver Figura 2).

Ventas por marcas

Aunque la mayoría de las marcas del sector cuentan con varios productos en las farmacias, así como distintas presentaciones, para conseguir una mayor claridad en las cifras los mostramos agrupados todos bajo el epígrafe de su marca común.

En primera posición, *Somatoline Cosmetic* de Bolton Cile y en segunda, *Thiomucase* de Almirall con las mismas cifras de ventas ya citadas (4,84 y 1,98 millones de euros, respectivamente). Esto

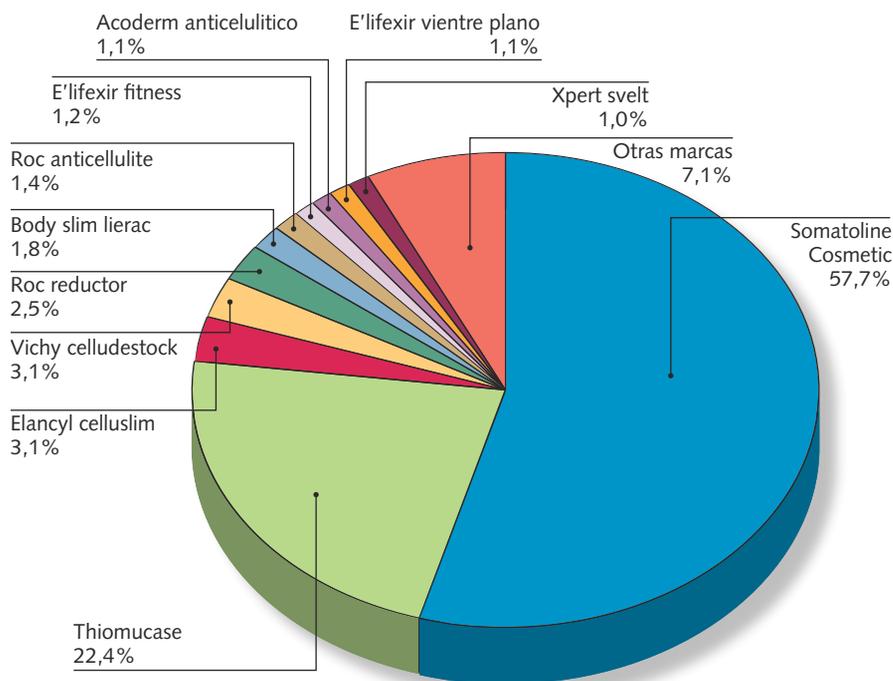


Figura 3. Anticelulíticos tópicos. Primeras marcas. % Mercado-valores.

Datos: TAM noviembre 2015

representa un 54,7 y un 22,4% de las marcas en valor. Por detrás, se encuentra *Elancyl Cellu Slim* con 272.000 euros y un 3,1%. En cuarto lugar, *Vichy Celludestock* con 231.000 euros y un 2,6%.

Y con porcentajes entre el 2,5 y el 1,0%, encontramos a *Roc Reductor* (225.000 euros, 2,5%), *Body Slim* (Lierac, 159.000 euros, 1,8%), *Roc Anticellulite* (121.000 euros, 1,4%), *E'lifexir Fitness* (Phergal, 109.000 euros, 1,2%), *Acoderm Antice-*

lulítico (Acofarma, 98.000 euros, 1,1%), *E'lifexir vientre plano* (Phergal, 95.000 euros, 1,1%) y *Xpert Svelt* (Prima Derm, 86.000 euros, 1,0%). (Ver Figura 3).

Precios medios de venta al público

La Figura 4 nos muestra los precios medios de las 10 primeras marcas comparados con la media del mercado, que en este caso se sitúa en 32,10 euros.

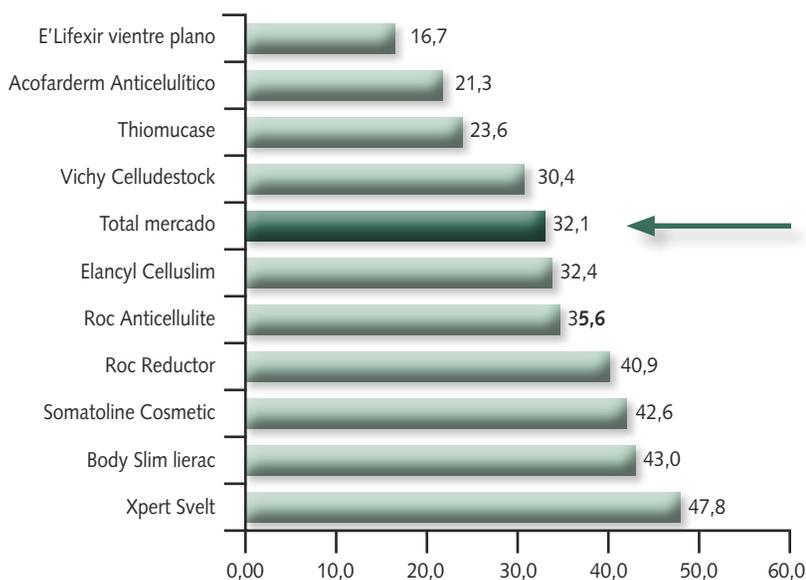


Figura 4. Anticelulíticos tópicos. PVP medios-principales marcas (precio en euros).

Datos: TAM noviembre 2015

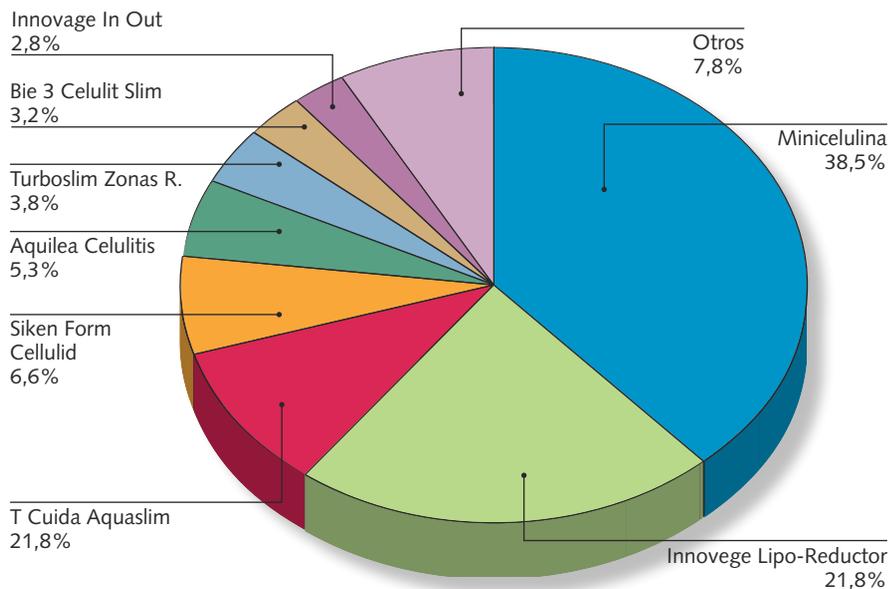


Figura 5. Anticelulíticos orales. Primeras marcas. % Mercado-valores.

Datos: TAM noviembre 2015

Las variaciones de precios son muy significativas; la marca más barata, *E'lifexir ventre plano* tiene un precio medio de 16,7 euros, lo que supone 15,40 euros por debajo de la media del mercado. También por debajo de esta media encontramos a *Acofarderm Anticelulítico* (21,30 euros), *Thiomucase* (23,60 euros) y *Vichy Cellu-destock* (30,40 euros). Entre las marcas con precios por encima de la media tenemos a *Elancyl Cellu Slim* (32,40 euros), *Roc Anticellulite* (35,60 euros), *Roc Re-*

Cabe destacar que esta compañía comercializa un total de 5 marcas de anticelulíticos orales, todas ellas situadas entre las 10 primeras del sector.

Ventas por marcas

2 marcas encabezan claramente el ranking de ventas; *Minicelulina* de Uriach-Aquilea (13.200 unidades por un importe de 253.000 euros; 38,5%) y *Innovege Lipo-reductor* (del mismo laboratorio con 3.300 unidades y 144.000 euros, 21,8%).

En la terminología médica estricta, se conoce como celulitis a la inflamación de los tejidos conectivos celulares subcutáneos. Sin embargo, para una inmensa mayoría, el concepto de celulitis es sinónimo de la temida "piel de naranja".

ductor (40,90 euros), *Somatoline Cosmetic* (42,60 euros), *Body Slim* (43,00 euros) y el más caro, *Xpert Svelt* con 47,80 euros.

Mercado de los anticelulíticos orales

A lo largo del año analizado, se vendieron unas 40.000 unidades de anticelulíticos orales que supusieron unos 658.000 euros para sus comercializadores. El número de productos que compitieron en este sector fue de 32, y el de laboratorios, 25.

De estos laboratorios, el que mejores ventas obtuvo fue Uriach-Aquilea OTC, con el 70,5% de las ventas (en valor).

T Cuida Aquaslim de Cofares consiguió ser la tercera clasificada con un 10,0% de la cuota de mercado (66.000 euros). Y *Siken Form Cellulid* de Diafarm, la cuarta, con 44.000 euros y un 6,6%.

Un tercer producto de Uriach, *Aquilea Celulitis*, se hizo con la quinta posición. Las ventas conseguidas fueron 35.000 euros y un 5,3% del total. Le sigue *Turboslim Zonas Rebeldes* (Forte Pharma) con 25.000 euros (3,8%), seguidas por *Bie 3 Celulit Slim* (Rinter) con un 3,2% y *Innovage In Out* (Uriach) con un 2,8%. El resto de las marcas suman en total el 7,8% restante. (Ver Figura 5).

Consejos desde la farmacia

Los farmacéuticos, gracias a nuestra formación y a la cercanía con los usuarios que nos proporciona la oficina de farmacia, podemos contribuir de manera efectiva con nuestro consejo al éxito del tratamiento anticelulítico de nuestros clientes. Para ello, será imprescindible conocer la fisiopatología de la celulitis, los productos comercializados, así como la idoneidad de cada uno de ellos según sean las necesidades y preferencias de nuestros clientes.

Aunque lo ideal sería evitar que la celulitis se instaurase, sabemos que esto no siempre es posible, debido a los múltiples factores desencadenantes. Sí se puede, en cambio, seguir una serie de pautas de vida que dificulten la aparición de la celulitis. Para ello, es primordial seguir una dieta variada y equilibrada. Esta dieta ha de ser rica en frutas y verduras, con pocas grasas e hidratos de carbono de absorción rápida y con una moderada ingesta de sal. Es importante también una correcta hidratación, pero evitando las bebidas alcohólicas y las carbonatadas. Con estos sencillos consejos se evitará el estreñimiento, el exceso de peso, y se favorecerá la circulación sanguínea y la oxigenación de la piel. Como una piel hidratada y flexible es fundamental para mejorar las estructuras cutáneas, se deberá evitar también el exceso de sol, el tabaco y los baños muy calientes. Realizar ejercicio físico de forma regular resulta un excelente método para reducir el estrés y la ansiedad e, indirectamente, también influye negativamente en el desarrollo de la celulitis.

Cuando la celulitis está ya presente, además de todas estas medidas de carácter general, se hará necesario el uso de algún preparado anticelulítico para favorecer su erradicación. La aplicación tópica de estos preparados debe formar parte de la rutina cotidiana del afectado porque es imprescindible la constancia. Es conveniente exfoliar la piel al menos una vez por semana, para eliminar las pieles muertas. Y no solo la calidad del anticelulítico es fundamental, sino también el masaje que se efectúa durante su aplicación. Después de la ducha diaria es el momento más adecuado para realizar la aplicación de las formulaciones anticelulíticas, puesto que con la piel limpia y los poros dilatados, hay una mejor absorción de los principios activos y por tanto, una mayor efectividad. □