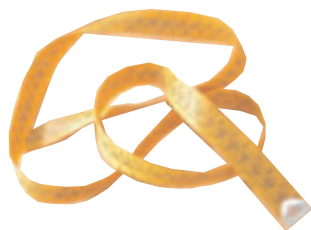




Muchas farmacias venden productos milagro y apenas informan

DESPACHAN PRODUCTOS ANTI-OBESIDAD Y ANTI-CALVICIE SIN SOLICITAR EL DIAGNÓSTICO MÉDICO PREVIO



PARA PERDER PESO HAY DOS MEDIOS: INGERIR MENOS CALORÍAS Y QUEMAR MÁS CALORÍAS

La obesidad y la caída del cabello, aun siendo problemas bien distintos (el primero está relacionado con la salud y puede convertirse en enfermedad, mientras que la calvicie no) tienen dos cosas en común: afectan a la imagen estética del afectado e incluso a su autoestima; y dos, son muy difíciles de resolver. Superar la obesidad requiere casi siempre cambiar de modo permanente una dieta inadecuada y realizar más ejercicio físico y, mal que pese a muchos, todavía no hay soluciones rápidas contra el exceso de peso que resulten saludables y duraderas; y, hasta el momento, la investigación científica no sólo no ha dado con un producto que promueva – en todos o, al menos, en la mayoría de los casos- el crecimiento del pelo, sino que tampoco ha conseguido garantizar que su caída

se detenga definitivamente y sin que ello reporte efectos secundarios. Ante esta doble coyuntura (problemas percibidos como importantes por muchas personas, e inexistencia de soluciones eficaces, contrastadas científicamente, estandarizadas y fiables), el mercado ofrece a los consumidores una enorme diversidad de productos relacionados con la obesidad y la caída del cabello que prometen mucho y consiguen poco, y que, además, en algunos casos pueden perjudicar nuestra salud

Lo primero que debemos saber es que, en ambos casos, **las soluciones radicales o milagrosas no existen, y que lo acertado es acudir al médico especialista para que, estudiando nuestras circunstancias específicas, nos sugiera lo que debemos hacer.** Ir directamente a la farmacia en busca de una solución

es un error, por una triple razón: el farmacéutico –si no lo pregunta- ignora nuestro diagnóstico e historial médico, así como nuestros hábitos de vida y circunstancias particulares, por lo que se puede equivocar y dispensarnos productos inadecuados para nuestro organismo; dos, en las farmacias abundan los productos milagro que, aunque puedan guardar alguna relación con nuestro problema y no ser perjudiciales, no contienen principios activos para resolverlo; y tres, algunas farmacias venden productos anti-obesidad y anti-calvicie sin informar suficientemente al usuario sobre sus características principales: indicaciones, contraindicaciones, efectos secundarios, etc.

Técnicos de CONSUMER visitaron el pasado mes de mayo, sin presentarse como tales y actuando como un cliente más, un total de 192 farmacias en 13 ciudades –Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, Málaga, Zaragoza, San Sebastián, A Coruña, Murcia, Vitoria, Almería, Santander, Pamplona – solicitando productos que resolvieran estos dos problemas y comprobaron que **el 96% de ellas despachan productos anti-obesidad y anti-calvicie sin solicitar el diagnóstico médico previo.** Además, el 53% de los boticarios los vendía sin ofrecer al cliente la información y los consejos necesarios para su uso correcto. Por último, en el 44% de las farmacias visitadas se comercializaban “productos milagro”, que ni son medicamentos ni aportan una eficacia científicamente demostrada para resolver el problema que dicen tratar y que basan su “gancho” en unas promesas publicitarias engañosas dado que no consiguen el efecto que el usuario espera al consumirlos.

Cómo se hizo el estudio

Los técnicos de CONSUMER que visitaron las farmacias pidieron a quienes las atendían “un producto adelgazante para bajar rápidamente de peso” y otro “que haga crecer el pelo o que, al menos, sirva para evitar la caída del cabello que aún me queda”. No se solicitaron artículos con su marca o denominación comercial, simplemente se requería el remedio farmacéutico para un problema. Lo más correcto,



SI UN PRODUCTO NOS OFRECE SOLUCIONES RÁPIDAS O MILAGROSAS, DEBEMOS DESCONFIAR



ALGUNAS COSAS SOBRE LOS PRODUCTOS MILAGRO

- No son medicamentos, porque si lo fueran dejarían de ser productos milagro. La legislación española establece un riguroso sistema de registro de medicamentos: deben llevar un número de seis cifras, conocido como Código Nacional de Medicamentos. El control previo sanitario queda patente por las siglas C.P.S. Si las lleva, la Administración garantiza la indicación del producto.
- No hay seguridad alguna de que los productos milagro cumplan con su función correctora o terapéutica que anuncian, más o menos solapadamente.
- Los productos que ofrecen soluciones rápidas o milagrosas para patologías o problemas que la ciencia médica no ha conseguido resolver, deben suscitarnos, de entrada, muchas dudas. Mejor no confiemos en ellos.
- No son la mejor opción para nuestra salud ni para nuestra economía. Consulte a su médico: cualquier solución será más eficiente contando con un diagnóstico previo.
- No compre medicamentos por catálogo, Internet o teléfono: no está permitida su venta mediante esos canales. Y si se trata de productos milagro, siempre será mejor comprarlos en la farmacia y solicitar información.
- Si sufre una enfermedad o lesión que precise de tratamiento terapéutico, el empleo de productos milagro puede hacerle perder un tiempo precioso que retarde o impida iniciar el tratamiento necesario.
- Los cosméticos pueden limpiar, mantener o proteger en buen estado, o modificar el aspecto de ciertas partes superficiales de nuestro cuerpo, pero (lo dice la ley) no pueden atribuirse acciones terapéuticas.
- La frase comercial "de venta en farmacias" no asegura la eficacia del producto.
- No utilice productos supuestamente beneficiosos para la salud sin consultar con su médico.
- En algunas personas, estos productos-milagro pueden tener un "efecto placebo": el consumidor atribuye al producto acciones terapéuticas de las que el producto carece, por no contener principios activos que combaten el problema tratado. Pero eso no significa que el problema se haya resuelto, ni que el producto sea eficaz.

Farmacias que ofrecen productos milagro

CIUDAD	* Para perder peso	** Para la caída del cabello	Promedio
San Sebastián	100%	50%	75%
Valencia	67%	50%	59%
A Coruña	25%	75%	50%
Almería	25%	75%	50%
Madrid	40%	60%	50%
Pamplona	25%	75%	50%
Vitoria	25%	75%	50%
Barcelona	0%	83%	42%
Zaragoza	67%	17%	42%
Málaga	17%	50%	34%
Bilbao	20%	40%	30%
Murcia	33%	17%	25%
Santander	0%	50%	25%
TOTAL	34%	53%	44%

*Se ha comprobado si se ofrecen productos que no son eficaces para adelgazar (léase definición de productos milagro).

** Se ha comprobado si se ofrecen productos cuya finalidad no sea frenar la caída.

en ambos casos, hubiera sido que el farmacéutico no dispensara producto alguno y enviara al cliente al médico especialista. Una opción menos elogiable, pero mejor que otras, es que el farmacéutico preguntara al cliente cuestiones específicas relacionadas con su problema, para así poder ofrecer el producto más adecuado para esa persona en concreto. En cada visita, se anotó la actitud del farmacéutico y sus respuestas ante las numerosas preguntas del cliente, que era un técnico de esta revista. Además, se tuvo en cuenta el grado de conocimiento del farmacéutico sobre los productos que ofrecía y, especialmente, sobre sus posibles efectos secundarios. En los métodos supuestamente adelgazantes, se valoró si se aconsejaba la visita al especialista o no, y si se preguntaba por nuestra dieta, índice de masa corporal (IMC) o hábitos de vida. En lo que atañe a los productos para evitar la caída del cabello se comprobó si se aconsejaba acudir al especialista (médico dermatólogo), si se preguntaba por nuestra dieta y hábitos de vida, por el tiempo que hacía que habíamos comenzado a notar la pérdida de cabello



y por la cantidad de pelo que perdíamos. En definitiva, se evaluó si el farmacéutico trataba de indagar en la causa de nuestro problema, para así proponer el mejor producto posible.

En todas las farmacias se comprobó asimismo si se nos aconsejaba realizar un diagnóstico médico antes de despacharnos el producto, si ofrecían productos milagro (no son medicamentos, sus indicaciones no se corresponden con las solicitadas y prometen efectos terapéuticos que no pueden conseguir). Y, por último, se contrastó si las farmacias que vendían productos anti-obesidad y anti-calvicie ofrecían información adecuada al cliente sobre su eficacia, limitaciones y posibles efectos secundarios.

La realidad difiere de una ciudad a otra

Las ciudades en que una mayor proporción de farmacéuticos (aunque sólo fuera el 12%) mostró una actitud ejemplar (no vender el producto anti-obesidad o anti-calvicie, y recomendar la visita previa al especialista médico) fueron Almería y A Coruña. En segundo lugar, se encuentran las de Bilbao (10%), Málaga y Barcelona (8%, ambas). En las otras 8 ciudades, todas las farmacias vendieron directamente al menos uno de estos productos.

Por otro lado, San Sebastián fue la ciudad en cuyas farmacias se ofrecieron en mayor proporción (el 75% de las visitadas) productos milagro relacionados con estos dos problemas. Le siguen las de Valencia, con un 59%, y con un 50% aparecen las de Pamplona, Vitoria, Madrid y Almería. Las ciudades en cuyas farmacias se ha anotado una menor oferta de estos productos milagro fueron Santander y Murcia, donde sólo una de cada cuatro disponían de ellos. En Bilbao los tenían sólo en el 30% y en Málaga en un 34%.

La importancia de la información

Si, como se ha comprobado, la mayor parte de las farmacias no exige al cliente la opinión previa del médico para despachar productos anti-obesidad y anti-calvicie, parece imprescindible que los farmacéuticos provean al usuario de la información pertinente sobre el producto que ofrecen: qué son,

para qué sirven y qué limitaciones, contraindicaciones o posibles efectos secundarios tienen. Sólo el 47% de las farmacias dispuestas a vender estos productos lo hicieron proporcionando al cliente esta información tan necesaria. En Pamplona, todos los farmacéuticos visitados los vendían sin informar con un mínimo detalle sobre los productos. A continuación se sitúan las farmacias de Vitoria y Murcia con un 88% y un 79%, respectivamente. Como comportamiento modélico, puede destacarse el de los farmacéuticos de Bilbao: en ningún establecimiento se olvidaron de comunicar estas informaciones. En segundo lugar encontramos a Valencia, donde sólo un 9% los despachaba sin los consejos adecuados. En tercer lugar se sitúa A Coruña, con un 25%, y le siguen Zaragoza, Málaga y Almería con un 50%. En la zona media figuran San Sebastián y Santander, con el 60% y el 63%, respectivamente.

Cómo hacer frente a la obesidad

El 90% de los casos de sobrepeso y obesidad se deben a unos inadecuados hábitos de alimentación y al sedentarismo. Por tanto, si deseamos adelgazar, la inmensa mayoría de los mortales sólo lo conseguiremos mediante una dieta baja en calorías y con la práctica regular de ejercicio físico. Además, es recomendable ponernos en manos de un especialista que estudie nuestro caso y nos indique los pasos a seguir. No obstante, hay quien obvia lo anteriormente expuesto y recurre a productos milagro y otros métodos que ofrecen una falsa eficiencia y rapidez y que pueden comprometer seriamente su salud, además de realizar un gasto inútil, sin obtener los resultados esperados.

El mercado ofrece unos 600 preparados (cápsulas, hierbas, barritas...) de los que sólo dos pueden presumir de resultados científicamente probados: *Orlistat* y *Sibutramina*, y en todo caso, presentan contraindicaciones y deben ser tomados bajo control médico.

Los productos anti-obesidad que han ofrecido las farmacias visitadas pueden clasificarse de este modo:

→ **Diuréticos y laxantes:** pastillas o infusiones a base de diente de león, té verde, abedul, alcachofa, ciruela...

plantas conocidas por sus propiedades diuréticas y digestivas. Pueden resolver problemas digestivos, de retención de líquidos o estreñimiento, pero no eliminan kilos de materia grasa sino líquidos, por lo que la bajada de peso es engañosa e incluso peligrosa, y los kilos se recuperan en poco tiempo.

→ **Disminución de la absorción de grasas:** estos productos pretenden impedir o disminuir la absorción de grasas en el organismo, concretamente en el intestino. El único fármaco con efectos probados es *Xenical*, que se emplea bajo estricta prescripción médica en el tratamiento de personas con problemas de obesidad grave. No debe ser usado para eliminar "esos kilitos de más" que tanto nos desagradan, especialmente en verano, ya que sus efectos secundarios son importantes.

Productos para perder peso de forma rápida

FARMACIAS DE...	* Venden sin vista previa al especialista	** Venden sin las recomendaciones pertinentes
San Sebastián	100%	20%
Zaragoza	100%	33%
Valencia	100%	0%
Madrid	100%	50%
Murcia	100%	75%
Vitoria	100%	100%
Pamplona	100%	100%
Almería	75%	25%
A Coruña	100%	25%
Bilbao	100%	0%
Málaga	83%	0%
Santander	100%	50%
Barcelona	83%	33%
TOTAL	95%	36%

*Se ha comprobado si las farmacias despachan productos de adelgazamiento sin requerir la previa visita al especialista.

** Se ha anotado si los productos se venden con la información suficiente (indicaciones y limitaciones de los productos).



→ **Inhibidores del apetito:** algunos productos intentan moderar el apetito a base de fibras que se hinchan en el estómago y generan sensación de saciedad. Suelen tomarse entre 10 y 30 minutos antes de las comidas. No se aconsejan en personas con el intestino delicado y tampoco debemos consumir grandes cantidades de fibra si no estamos acostumbrados a ello.

→ **Aumentar el gasto energético:** para perder peso hay dos medios, ambos eficaces y complementarios: ingerir menos calorías y quemar más calorías. Algunos productos milagro aseguran acelerar la actividad metabólica consiguiendo quemar ingentes cantidades de calorías, y todo ello sin movernos del sofá. Sin embargo, no hay estudios científicos que avalen esta supuesta acción de “quemar calorías”.

Calvicie, ¿hay solución?

Puede tener dos causas: una genética, y otra relacionada con situaciones

PRODUCTOS PARA POTENCIAR EL CRECIMIENTO PARA NIÑOS:

- La inmensa mayoría de las farmacias visitadas respondieron de forma satisfactoria cuando el técnico de CONSUMER solicitó, sin especificar marca ni tipo, un producto para fomentar el crecimiento corporal de un niño con una talla inferior a la normal y/o inapetente, ya que indicaron la conveniencia de acudir previamente al pediatra, o informaron de que la única vía para lograr ese propósito es la administración de hormonas de crecimiento avisando, eso sí, que es el pediatra quien deberá valorar esta posibilidad tras el diagnóstico que realice al niño.
- Tan sólo el 3% de las farmacias visitadas (todas ellas, dos en concreto, en A Coruña) ofrecieron sin reparos y sin sugerir la visita al pediatra, un producto. En ambos casos, se trataba de jarabes para abrir el apetito, uno para niños y el otro indicado para la anorexia, y también en los dos casos, no se comunicó al cliente las características

del jarabe, sólo se afirmó que “es el que menos contraindicaciones tiene”. Un dato menos positivo es que el 28% de las farmacias visitadas, a pesar de mencionar la visita al pediatra como mejor opción, propusieron que “mientras tanto” se podría administrar al niño vitaminas (polivitamínicos), alimentos complementarios y/o estimulantes del apetito. Esto ocurrió en Valencia y Murcia (100% de las farmacias visitadas), Almería (75%), Zaragoza (50%), Bilbao (20%) y Madrid (17%). En el resto, salvo A Coruña, la respuesta fue la más adecuada.

- Si en los productos para combatir la obesidad y la calvicie, la iniciativa del farmacéutico de exponer al cliente los efectos secundarios o contraindicaciones del producto que se ofrece como solución parece muy conveniente, en los productos para potenciar el crecimiento o el apetito del niño, esta actitud se antoja imprescindible. Pues

bien, una farmacia de Almería, otra de Murcia, Madrid, Bilbao y A Coruña, además de tres de Valencia y otras tres de Zaragoza (en total, 11 farmacias, el 55% de las que ofrecieron estos productos) no comentaron siquiera las posibles reacciones alérgicas de los productos que ofrecían para resolver el problema. De todos modos, y a tenor de los datos registrados, la situación detectada en las farmacias respecto de la venta de productos relacionados con el crecimiento infantil es notablemente mejor que la vinculada a artículos o métodos anti-obesidad y anti-calvicie.

Problemas de crecimiento infantil: la visita al pediatra, imprescindible

- Una alimentación equilibrada, saludable y variada aporta habitualmente los requerimientos fisiológicos de vitaminas de los niños. Las vitaminas son de

dos tipos: hidrosolubles (B y C), solubles en agua y presentes en las partes acuosas de los alimentos, y liposolubles (A, D, E y K), insolubles en agua, se encuentran en las partes grasas de los alimentos. La prescripción de vitaminas debe restringirse a estados carenciales específicos del niño. La administración indiscriminada de suplementos vitamínicos puede producir acumulación tóxica de vitaminas liposolubles. Y el consumo de grandes dosis de vitaminas hidrosolubles puede ocasionar efectos adversos. El mercado ofrece diversos polivitamínicos y asociaciones de vitaminas de variada composición. Muchos de los síntomas para cuyo tratamiento se emplean (alteraciones del apetito, trastornos funcionales, etc) pueden tener su origen en enfermedades potencialmente graves para las que es preciso el diagnóstico de un médico especialista. En cualquier caso, si se opta

de estrés o depresión, o debida a estados carenciales de algún mineral o vitamina. Por ello, antes de tratar este problema, es fundamental dar con su causa.

La **alopecia congénita** puede ser tratada -con resultados científicamente probados- con dos tipos de producto. El primero lo conforman los que contienen *Minoxidil*, y al parecer son efectivos en uno de cada tres casos. Pueden provocar efectos secundarios como alergias o dependencia, y su acción se centra solamente en la zona de la coronilla o mitad posterior de la cabeza. El otro tipo de productos son los que contienen *Finasteride*, que consiguen frenar la caída del cabello en el 70% de los casos. También se han observado efectos secundarios, entre otros disminución de la libido. Cuando el usuario supera los 40 años, su consumo es menos aconsejable. En ambos casos, cuando se interrumpe el consumo de estas dos medicaciones, se pierde todo el cabello que se hu-

bera caído si no hubiera sido tratado con esos productos.

La **alopecia por patologías concretas** requiere un diagnóstico, ya que el ciclo de crecimiento y caída del cabello suele normalizarse cuando se resuelve el problema que la ocasiona. Para combatir este tipo de calvicie, el mercado ofrece complejos vitamínicos, aminoácidos y oligoelementos que ayudarán sólo si la causa del problema es la deficiencia de estos elementos (de hecho, la carencia de vitaminas, por ejemplo, es poco probable en nuestra sociedad).

Y, por último, quedan ciertos champús y lociones que, si bien no resultan perjudiciales, no aportan una eficacia científicamente demostrada: combaten la caspa y la grasa y ayudan a mantener sano y limpio el cuero cabelludo, pero no pueden frenar ni corregir la caída del cabello. De todos modos, e independientemente de la eficacia de los diversos productos, ninguno debe ser administrado sin diagnóstico previo del especialista.

Productos para frenar la pérdida de cabello o estimular su crecimiento

FARMACIAS DE...	* Venden sin vista previa al especialista	** Venden sin las recomendaciones pertinentes
Barcelona	100%	100%
Pamplona	100%	100%
Vitoria	100%	75%
Almería	100%	75%
A Coruña	75%	25%
Madrid	100%	80%
San Sebastián	100%	100%
Málaga	100%	100%
Santander	100%	75%
Valencia	100%	17%
Bilbao	80%	0%
Murcia	100%	83%
Zaragoza	100%	67%
TOTAL	97%	69%

* Se ha comprobado si las farmacias despachan productos para el cabello sin requerir la previa visita al especialista.

** Se ha observado si los productos se venden con la información suficiente (indicaciones y limitaciones de los productos).

LAS FARMACIAS, MUCHO MEJOR

por emplearlos, es preciso tener en cuenta - además del riesgo de toxicidad por acumulo de vitaminas liposolubles- la frecuente presencia de hormonas y estimulantes del sistema nervioso central en estos preparados vitamínicos.

- Los pediatras prefieren reservar la administración de estos com-

ponentes vitamínicos y estimulantes del apetito a los niños con un estado carencial producido por una mala absorción o por una enfermedad concomitante; por otra parte, recordemos que una dieta equilibrada, saludable y variada aporta las vitaminas y los oligoelementos necesarios para el desarrollo normal del niño.

Los medicamentos que ofrecieron las farmacias pueden clasificarse así

- **Estimulantes del apetito:** Son asociaciones de ciproheptamina y otros. Efectos secundarios: sequedad de boca, retención urinaria, dilatación con visión borrosa, trastornos gastrointestinales y somnolencia. También: taquicardia, astenia, temblor, nerviosismo etc...
- **Polivitamínicos con minerales:** Contienen vitaminas y minerales. Efectos secundarios: molestias gastrointestinales e hipersensibilidad a los componentes.
- **Polivitamínicos sin minerales:** Contienen vitaminas esenciales varias. El efecto secundario principal es la hipersensibilidad, estando contraindicados en personas con insuficiencia hepática o renal grave y alergia a componentes.
- **Alimento complementario:** Es un complemento proteico, vitamínico y mineral.
- **Hormona humana del crecimiento:** Se administran por vía venosa, y no se pueden dispensar sin receta médica (este medicamento sólo nos lo mostraron).

Efectos secundarios: durante el tratamiento puede desarrollarse hipotiroidismo, necrosis de epífisis femoral, trastornos metabólicos (retención hidrosalina, hiperinsulinismo, aumento de ácidos grasos libres), hipertensión intercraneal benigna etc...

