MADRID2022
Conectados al paciente

X CONGRESO NACIONAL DE FARMACÉUTICOS COMUNITARIOS
5-7 MAYO
Centro de Convenciones Norte IFEMA

CUMPLIMIENTO Y ADECUACIÓN DEL ETIQUETADO DE COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS ANTIENVEJECIMIENTO DISTRIBUIDOS POR EL CANAL FARMACÉUTICO

Manzano de Armas, Cristina [1]; Caballero Mesa, José María [2] ; Rubio Armendáriz, Carmen [2]
1 Farmacia M. Dolores Armas Alonso, Puerto de la Cruz (Sta. Cruz de Tenerife)
2 Área de Toxicología, Facultad de Farmacia, Universidad de La Laguna (Santa Cruz de Tenerife).

Introducción

La búsqueda de un estado y aspecto óptimo de salud, la prevención de enfermedades y el retraso del envejecimiento conlleva el consumo de complementos alimenticios entre otros productos de autocuidado.

La comercialización de complementos alimenticios, distribuidos tradicionalmente en oficinas de farmacia, se ha diversificado, si bien el canal farmacéutico se caracteriza por asegurar la calidad y seguridad que el consumidor exige y precisa no sólo por la selección de productos que distribuye sino por la venta informada que ofrece.

El consumidor se abastece de estos productos en supermercados, herbolarios, gimnasios, a través de internet y en menor medida a través del canal farmacia

Se sospecha que no todos los complementos alimenticios en el mercado cumplen con la normativa vigente y, por ello, el consumidor puede exponerse a situaciones de riesgo por desconocimiento.

Objetivos

Verificación de la adecuación a la norma del etiquetado de una selección de complementos alimenticios antienvejecimiento. Estudio individual de cada uno de los complementos alimenticios seleccionados para comprobar que cumplen con la totalidad de los requisitos exigidos en la normativa.

Material y Método

Se han estudiado las menciones del etiquetado de los 27 complementos alimenticios antienvejecimiento más vendidos en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, según el volumen de ventas en los dos almacenes mayoristas de medicamentos de Santa Cruz de Tenerife (COFARTE y COFARES).

Se ha comprobado su adecuación a la normativa de aplicación:
- Real Decreto 1487/2009, relativo a complementos alimenticios,
- Reglamento (CE) No 1170/2009 y
- Reglamento (UE) No 1169/2011.

Resultados

La totalidad de los 27 complementos alimenticios estudiados cumple con la normativa vigente en cuanto a etiquetado.

Perfil de los complementos alimenticios antienvejecimiento estudiados:

Principios activos más habituales son:
1.Colágeno
2.Ácido hialurónico
3.Extracto de uva
4.Extracto de pescado
5.Ácido ascórbico
6.Levadura de cerveza
7.Jalea real
8.Arándano
9.Aceite de borraja

Indicaciones más solicitadas por los consumidores son:
1.Relleno de arrugas
2.Estimulación de la síntesis de colágeno
3.Iluminación de la piel
4.Tensión de la piel
5.Antioxidantes

Perfil del consumidor de complementos alimenticios antienvejecimiento:

1.Mujer de mediana edad que busca mejorar su aspecto

1.Mujer de edad avanzada que busca rejuvenecer

1.Personas de ambos sexos preocupadas por la optimización de su estado de salud (autocuidado)

Items que, de manera obligatoria, deben aparecer en el etiquetado de un complemento alimenticio y que han sido verificados en los 27 complementos alimenticios estudiados:

- **lista de ingredientes en orden decreciente**
- **indicación de posibles alérgenos**
- **cantidad neta**
- **fecha de consumo preferente**
- **lote**
- **condiciones de conservación o utilización**
- **empresa responsable y su dirección**
- **modo de empleo**
- **dosis de consumo diario recomendada por el fabricante**
- **la afirmación de que los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustitutos de una dieta equilibrada**
- **la indicación "Mantener fuera del alcance de los niños"**

Conclusiones

El canal farmacéutico ofrece al consumidor de complementos alimenticios antienvejecimiento la calidad requerida para el uso seguro.

La indicación y venta de complementos alimenticios en OF ofrece un valor añadido que sólo se ofrece en el canal farmacéutico.

El farmacéutico comunitario personaliza la indicación del complemento alimenticio tras caracterizar y evaluar al paciente ya que no todos los complementos alimenticios ni todos los consumidores son iguales y no deben de autoconsumirse.

Cuando el consumidor adquiere un complemento alimenticio a través de otros canales, no sólo puede no recibir AF y la indicación del complemento que mejor se adapta a sus necesidades y circunstancias, sino que además, en muchos casos, el etiquetado del producto adquirido puede ser no adecuado y presentar deficiencias que expongan al consumidor a una situación de inseguridad.
Fuera del canal farmacéutico puede existir el riesgo de desconocimiento de la composición, modo de uso, cantidad recomendada, valor de referencia de nutrientes y condiciones de conservación, entre otros.

Agradecimientos:
Los autores agradecen a las Cooperativas COFARTE (Cooperativa Farmacéutica de Tenerife) y COFARES Canarias (Cooperativa Farmacéutica Española su colaboración en este estudio al facilitar las cifras de venta anuales de los complementos alimenticios estudiados.

Ningún conflicto de interés a declarar