

MERCADO

Antitusígenos

Adiós, irritación

■ M.^a JOSÉ DIVINS TRIVIÑO • Farmacéutica.

La autora hace una breve revisión de la evolución del mercado de medicamentos antitusígenos dispensables con y sin receta médica, incidiendo en la importancia que un consejo farmacéutico apropiado puede tener para el alivio de un problema que, más que grave, puede resultar realmente muy molesto y disminuir la calidad de vida de quien lo padece.

Los antitusígenos son fármacos que calman la tos, al actuar inhibiendo el reflejo que la produce. La tos es un mecanismo fisiológico de defensa del organismo, que tiene como finalidad la protección de los pulmones y las vías respiratorias, eliminando obstrucciones y partículas extrañas. Por ello, es importante no suprimir la tos de forma sistemática, siendo, en cambio, muy recomendable hacerlo en aquellos casos en los que es improductiva.

LA TOS

Se define la tos como la expulsión súbita, ruidosa, más o menos repetida y violenta de aire de los pulmones. Existen muchos tipos de tos que se clasifican según su origen, tonalidad, duración y la presencia o no de expectoración.

A la hora de aconsejar el producto más adecuado, el farmacéutico comunitario deberá saber distinguir muy bien entre una tos seca (o improductiva) y una tos productiva, así como derivar al médico a aquellos pacientes que presenten congestión, fiebre, tos con muchos días de evolución o cualquier otro síntoma que parezca importante.

En general, no debería suprimirse la tos con presencia de mucha expectoración, ya que ésta desempeña un papel clave en la limpieza de las vías respiratorias, siendo mucho más necesario tratar la causa subyacente y fluidificar la mucosidad para favorecer el drenaje.

En cambio, la tos no productiva, que sólo genera más irritación y que se hace molesta y agotadora para el paciente que la sufre, ya que dificulta las tareas habituales, y sobre todo perturba el descanso durante el sueño, debe ser aliviada o suprimida mediante el fármaco adecuado.

Dejando a un lado otro tipo de patologías que, por ser multifactoriales y más complejas, pueden requerir



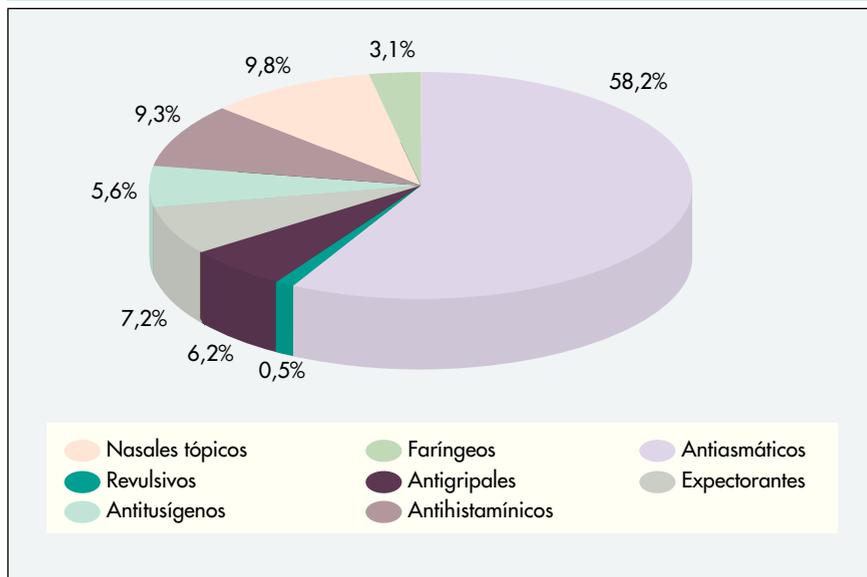
La tos es un mecanismo fisiológico de defensa del organismo, que tiene como finalidad la protección de los pulmones y las vías respiratorias

un politratamiento o un seguimiento especial por parte del médico, el papel del farmacéutico puede ser muy útil para ayudar a combatir adecuadamente la tos que acompaña a las afecciones típicas de la época invernal. Para ello, existen en las farmacias tres tipos de productos: antitusígenos, expectorantes y mucolíticos. En este artículo se ofrece un análisis del mercado de los primeros. Para otra ocasión se ha dejado la revisión de las especialidades que actúan sobre la producción y la viscosidad del moco.

ANTITUSÍGENOS

La tos seca o improductiva es molesta y aparentemente no parece tener ninguna utilidad. Su origen puede ser

Fig. 1. Medicamentos para el tratamiento de afecciones respiratorias



Las cifras más importantes corresponden a los antiasmáticos (58,2%), con unos 426 millones de euros facturados anualmente, a los que siguen las especialidades de uso nasal tópico (9,8%), los antihistamínicos (9,3%), expectorantes (7,2%), antigripales (6,2%), antitusígenos (5,6%), faríngeos (3,1%) y revulsivos (0,5%).

Los antiasmáticos facturaron 426 millones de euros, mientras que los antitusígenos superaron escasamente los 41 millones de euros. Esta diferencia, en cambio, es mucho menor cuando se habla de unidades: 31.600.000 productos antiasmáticos frente a 18.200.000 antitusígenos dispensados.

Dentro de los antitusígenos, hay que distinguir los que se presentan como monofármacos y aquellos que se formulan asociados a otras sustancias. En ambos grupos existen especialidades de venta sin receta y especialidades que precisan la prescripción médica para su dispensación.

Casi un 60% de las unidades dispensadas anualmente corresponde a antitusígenos solos (65,8% en valor), y un 23,5% son antitusígenos asociados, con formas farmacéuticas convencionales. Existe otro 17,3%, que podría perfectamente sumarse a este segundo grupo por su formulación, pero que suele analizarse por separado, por las características muy especiales del único producto que lo conforma, las *Pastillas Juanola* de Farma Lepori. Éste es todo un clásico, en la frontera entre los antitusígenos tradicionales y los caramelos medicalizados, del que se vendieron cerca de 4.000.000 de unidades el año pasado por un importe de 3,1 millones de euros (fig. 2).

muy diverso, pero generalmente está relacionado con algún agente irritante externo o con infecciones virales.

Los antitusígenos se dividen, según su mecanismo de acción, en *centrales*, que actúan deprimiendo el centro bulbar que controla el reflejo de la tos, y *periféricos*, que ejercen una acción analgésica o anestésica sobre las terminaciones nerviosas bronquiales donde se inicia el reflejo.

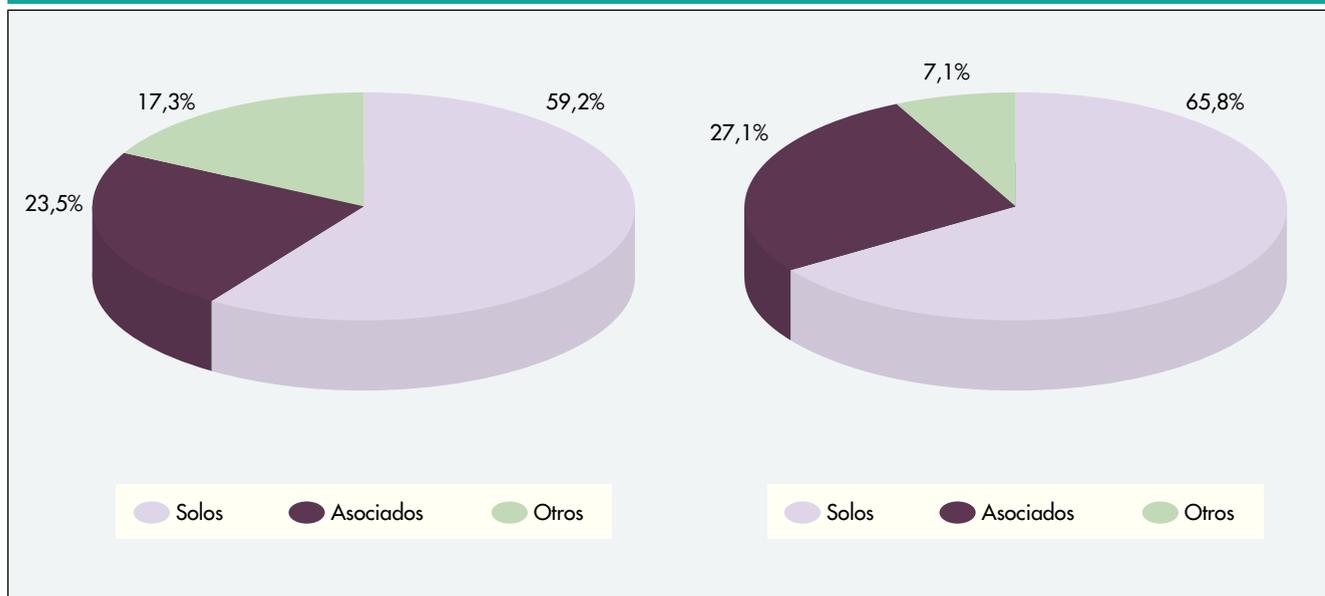
Los principios activos más utilizados son alcaloides derivados del opio, entre los que se encuentran la *codeína* y el *dextrometorfano* (que es un derivado de origen sintético, con mejor

perfil de tolerancia, muy adecuado para especialidades infantiles y EFP). Otros principios activos como la *cloperastina* pueden tener estructuras químicas diferentes a los opiáceos, aunque actúen también sobre el centro de la tos.

MERCADO DE ANTITUSÍGENOS

El segmento de los antitusígenos supone un 5,6% (en valor) del mercado total de los medicamentos del aparato respiratorio, como cabe apreciar en la figura 1.

Fig. 2. Antitusígenos: cuotas de mercado de los distintos subgrupos



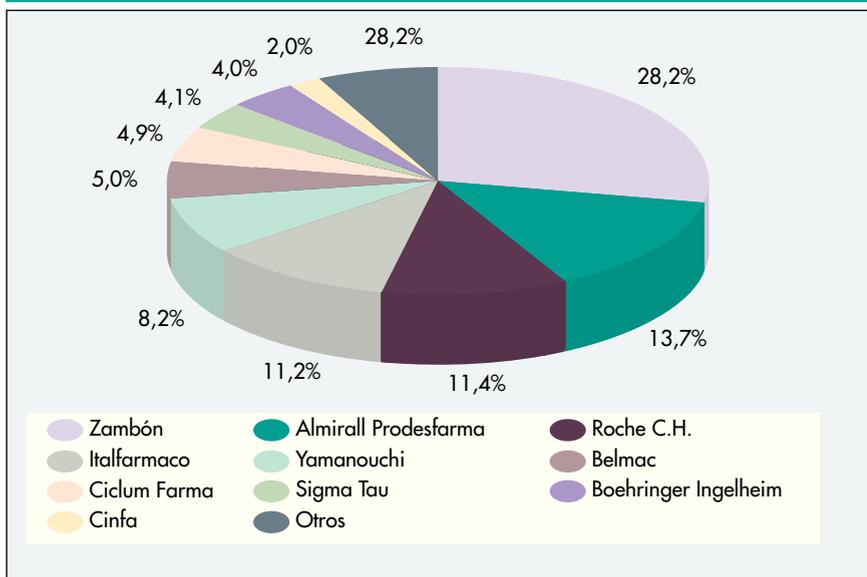
MERCADO DE ANTITUSÍGENOS SOLOS

Compiten en este mercado 26 laboratorios que comercializan un total de 27 productos. Todas las compañías cuentan con un único producto, a excepción de Roche Consumer Health, que presenta dos: *Romilar* y las *Pastillas del Dr. Andreu*.

Durante el período anual analizado (agosto 2002-julio 2003) se vendieron unas 13.027.000 unidades por un importe aproximado de 29,15 millones de euros.

La figura 3 muestra los porcentajes en valor de los 10 primeros laboratorios. Se puede comprobar cómo el laboratorio líder fue Zambon, que vendió unas 3.543.000 unidades (27,2%) y facturó 8,22 millones de euros (28,2%). El segundo fue Almirall Prodesfarma, con 1.592.000 unidades (12,2%) y 4,00 millones de euros (13,7%).

Fig. 3. Antitusígenos solos: cuotas de mercado por laboratorios



El segmento de los antitusígenos supone un 5,6% (en valor) del mercado total de los medicamentos del aparato respiratorio

En el análisis de las marcas de este segmento, que es el más grande y dinámico, se ha considerado interesante reagruparlas en función de si son especialidades éticas o publicitarias, dadas las características diferenciales de ambos tipos de medicamentos por lo que respecta a su comercialización. En cambio, para facilitar la comparación del tamaño entre productos, las cuotas de mercado están calculadas sobre el conjunto del segmento.

Principales marcas de prescripción médica

Flutox de Zambon es la marca líder con un 28,2% del segmento de antitusígenos solos, seguida de *Sekisan*, de Almirall Prodesfarma, con un 13,7% del mismo. *Toseína* (Italfarmaco) fue la tercera con un 11,3%, y *Romilar* de Roche Consumer Healthcare, la cuarta, con un 8,5%.

Dastosin (Yamanouchi) consiguió un poco menos, concretamente un 8,2% de la cuota de mercado. En sexto lugar, se situó *Codeisan* de Belmac, con un 5,0%, y en séptimo, con un 0,1% menos, *Levotuss* de Ciclum Farma.

Tautoss de Sigma Tau (4,1%), *Bisolus* de Boehringer (4,0%) y *Fludan codeína* de Ipsen Pharma (1,9%) cierran la lista de los 10 productos que superan el 1% del segmento (tabla I).

Principales marcas EFP

En primera posición se encuentra un producto clásico donde los haya: las *Pastillas del Dr. Andreu*, de Roche Consumer Health, con 329.000 unidades (2,5%) y 850.000 euros (2,9%). *Cinfatos* (Cinfa) ocupa la segunda posición con 253.000 unidades (1,9%) y 580.000 euros (2,0%).

Les sigue *Frenatus* (Abelló) con 108.000 unidades (0,8%) y 260.000 euros (0,9%).

Roche Consumer Health fue el tercero, con cerca de 2.068.000 unidades y 3,31 millones de euros (11,4%).

La cuarta posición la consiguió Italfarmaco, con 1.365.000 unidades y 3,28 millones de euros (11,2%). En quinto lugar se sitúa Yamanouchi, con 1.068.000 unidades aproximadamente y unos 2,38 millones de euros (8,2%).

Les siguen Belmac con 832.000 unidades y 1,46 millones de euros (5,0%) y Ciclum Farma con más de 390.000 unidades y 1,44 millones de euros (4,9%).

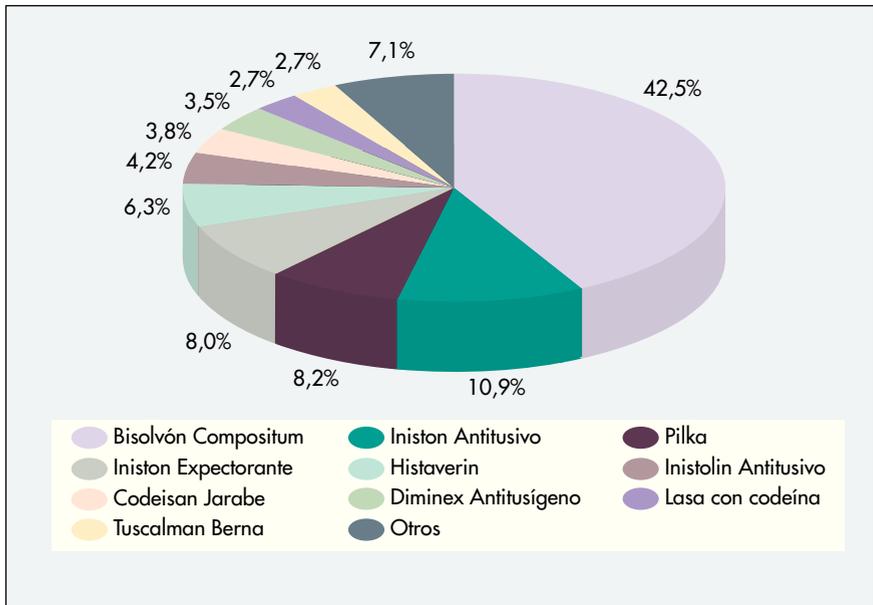
A continuación (puestos séptimo a décimo) se encuentran Sigma Tau con 1,20 millones de euros (4,1%), Boehringer Ingelheim España con 1,16 millones de euros (4,0%) y Cinfa con 580.000 euros (2,0%).

Tabla I. Antitusígenos solos: ranking de marcas de prescripción médica

	Unidades (miles)	%	Valores (miles euros)	%
Flutox	3.543	27,2	8,22	28,2
Sekisan	1.592	12,2	4,00	13,7
Toseína NF	1.365	10,5	3,30	11,3
Romilar	1.739	13,3	2,47	8,5
Dastosin	1.068	8,2	2,38	8,2
Codeisan	832	6,4	1,46	5,0
Levotuss	390	3,0	1,44	4,9
Tautoss	333	2,6	1,20	4,1
Bisolus	614	4,7	1,16	4,0
Fludan Codeína	297	2,3	0,55	1,9

Fuente: CEAH.

Fig. 4. Antitusígenos asociados: cuotas de mercado por marcas



Uno de los antitusígenos de Procter & Gamble (*Formulatus*) fue el cuarto con 98.000 unidades (0,8%) y 210.000 euros (0,7%).

A continuación figura *Robitussin DM*, de Wyeth Consumer Healthcare, con 62.000 unidades (0,5%) y 180.000 euros (0,6%), y, a escasa distancia, *Streptuss* (Boots Healthcare) con 76.000 unidades y 160.000 euros (0,5%).

El ranking finaliza con *Tussidrill* de Pierre Fabre Santé, con un 0,3% e *Ilvitus* de Merck, con un 0,2% (tabla II).

MERCADO DE ANTITUSÍGENOS ASOCIADOS

Son 24 los laboratorios presentes en este subsegmento, y 30, los productos que comercializan. Durante los 12 meses analizados se dispensaron algo más de 5.170.000 unidades, por un

importe que alcanzó los 12 millones de euros.

Boehringer Ingelheim mantuvo un claro predominio, ya que consiguió un 42,5% de la cuota de mercado (5,10 millones de euros). Warner Lambert, por su parte, consiguió casi una cuarta parte (2,91 millones de euros, 24,2%).

Los demás laboratorios obtuvieron porcentajes obviamente mucho menores, aunque dos de ellos consiguieron superar la barrera del 5%: Ferrer Internacional con un 8,2% (985.000 euros) y Estedi con un 6,3% (753.000 euros).

Les siguen Belmac con un 3,8%, Viñas (3,5%), Ipsen Pharma (2,7%), Berna (2,7%), Pfizer (1,9%), Procter & Gamble (1,3%) y Fardi (1,2%).

El resto de laboratorios ya se sitúa por debajo del 1%.

Principales marcas

Como se puede observar en la figura 4, la marca líder es *Bisolvon Compositum*

de Boehringer Ingelheim, que vendió más de 1.816.000 unidades y facturó unos 5,10 millones de euros.

En segunda posición se sitúa *Iniston Antitusivo* (Warner Lambert), con 496.000 unidades y 1,31 millones de euros (10,9%). En tercer lugar está *Pilka* (Ferrer Internacional, gotas y supositorios), con 604.000 unidades y 985.000 euros (8,2%).

Iniston Expectorante, de Warner Lambert, es la cuarta con 360.000 unidades y 960.000 euros (8,0%). Les sigue *Histaverin* (Estedi), con algo más de 338.000 unidades vendidas y 753.000 euros (6,3%).

En sexto lugar figura otro producto de Warner Lambert, *Inistolin Antitusivo*. Fueron 207.000 las unidades vendidas y 500.000 euros (4,2%). La séptima, *Codeisan* de Belmac, vendió 348.000 unidades por un valor de 460.000 euros (3,8%).

Los supositorios *Diminex Antitusígeno* (Viñas) ocupan la octava posición con 182.000 unidades y 420.000 euros facturados (3,5%). Y por último, en novena y décima posición, están *Lasa con codeína* de Ipsen Pharma, con una facturación anual de 330.000 euros (2,7%), y *Tuscalman Berna*, con prácticamente la misma cifra de ventas que el anterior.

CONSEJO FARMACÉUTICO

Es importante informar al paciente de que la toma de antitusígenos para reducir la frecuencia de la tos no siempre es necesaria ni conveniente. Cuando existe abundante presencia de flemas, la utilización de un mucolítico ayudará a la fluidificación y eliminación de éstas. También deben tener muy claro que los antitusivos intentan paliar uno de sus síntomas más molestos, pero no curan el resfriado.

Es interesante también recomendarles ciertas medidas coadyuvantes al tratamiento, como son la humidificación del ambiente y el aumento de la ingestión de líquidos, y recordarles que deben evitar fuentes de irritación como el humo del tabaco, la inhalación de polvo u olores muy intensos. □

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Batlle C, De Conte O. Antitusígenos, expectorantes y mucolíticos. Respiración sin obstáculos. Farmacia Profesional 1997;11(10):57-70.
 Batlle C, De Conte O. Antitusígenos. Alivio y descanso. Farmacia Profesional 2001;15(11):58-60.
 Lozano JA. Antitusivos, mucolíticos y expectorantes. Offarm 1998;17(2):41-8.

Tabla II. Antitusígenos solos: cuotas de mercado por marcas (EFP)

	Unidades (miles)	%	Valores (miles euros)	%
Past. Dr. Andreu	329	2,5	0,85	2,9
Cinfatos	253	1,9	0,58	2,0
Frenatus	108	0,8	0,26	0,9
Formulatus Past.	98	0,8	0,21	0,7
Robitussin DM	62	0,5	0,18	0,6
Streptuss	76	0,6	0,16	0,5
Tussidrill	39	0,3	0,09	0,3
Ilvitus	30	0,2	0,06	0,2

Fuente: CEAH.