

Pediculicidas

Ante las pediculosis, la oficina de farmacia puede prestar un servicio de orientación y educación sanitaria muy efectivo. Para ello, el farmacéutico debe conocer bien los productos que maneja. En este artículo se analiza este segmento de la dermofarmacia, desde la perspectiva de las ventas.

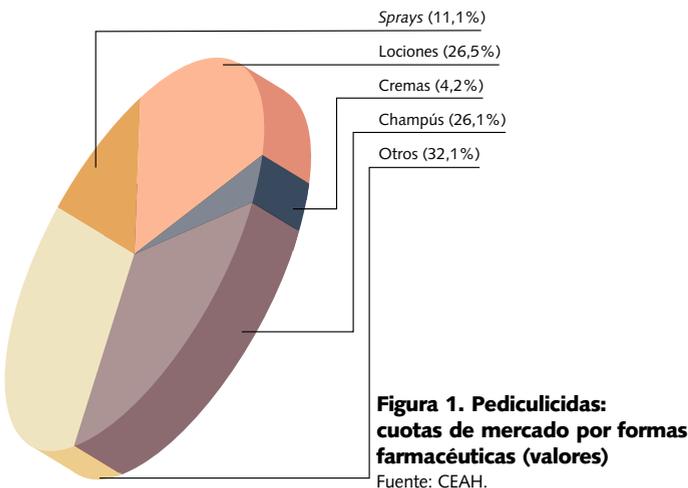
MARIA-JOSEP DIVINS
Farmacéutica

Mercado de los pediculicidas

Conforman este mercado un total de 68 productos, comercializados por 38 laboratorios y con unas ventas totales que alcanzaron los 12,34 millones de euros a PVP (1.496.000 unidades) en el año móvil cerrado en febrero de 2007 (las cifras manejadas en este artículo sólo hacen referencia las ventas intermediadas por la distribución farmacéutica mayorista).

Los pediculicidas pueden encontrarse en el mercado bajo distintas formas farmacéuticas, cuya importancia, en cuanto a valores se refiere, queda reflejada en la figura 1. Las lociones y los champús y se reparten algo más de la mitad del mercado en valores, con un 26,5 y un 26,1%, respectivamente. Un 11,1% es para los *sprays* y el 4,2% restante, para las cremas.

Cabe observar que la cuota de mercado más elevada (32,1% en valores) corresponde al segmento «otros». Esto es debido fundamentalmente a que este segmento está compuesto en su mayor parte por *kits* o *packs* de productos que combinan 2 formas de pediculicidas o combinados de productos y peines/liendreras. Por ello, el precio unitario es más alto y la facturación del subsegmento mayor.



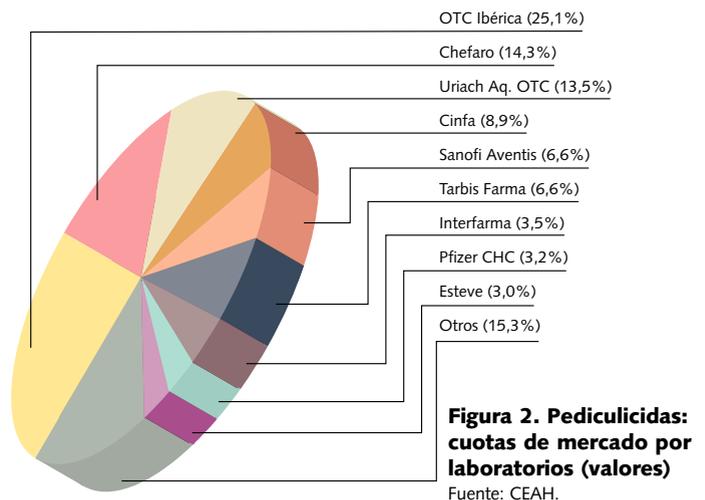
Cuotas de mercado por laboratorio

El laboratorio mejor situado fue OTC Ibérica, con 364.000 unidades y 3,10 millones de euros (25,1%). En segundo lugar se situó Chefaro, con 126.000 unidades y 1,76 millones de euros (14,3%). Les siguieron Uriach-Aquilea, con 175.000 unidades y 1,68 millones de euros (13,5%), y Cinfa, con 100.000 unidades y 1,10 millones de euros (8,9%).

El quinto lugar lo consiguió Sanofi-Aventis. En este caso fueron 119.000 las unidades vendidas, por un importe de 813.000 euros (6,6%). A continuación figura Tarbis Farma (Grupo Ferrer), con 42.000 unidades y 811.000 euros (6,6%), seguido de Interpharma, con 76.300 unidades y 430.000 euros (3,5%).

Pfizer alcanzó los 396.000 euros (3,2%) y Esteve alrededor de 368.000 euros (3%).

Ya por debajo del 3% figuran Reckitt Benckiser, con 352.000 euros (2,9%); Zeltia, con 316.000 euros (2,6%); Lacer, con 307.000 euros (2,5%), y Coll Farma, con 252.000 euros (2,0%). La figura 2 refleja esta información.



Las infestaciones por piojos son muy frecuentes en nuestra sociedad, sobre todo en aquellos colectivos cuyos miembros mantienen una convivencia estrecha. No están relacionadas en absoluto con la falta de higiene y cualquiera es susceptible de presentarlas si está en contacto con personas infestadas.

Aunque durante siglos los piojos fueron causantes de la transmisión de graves enfermedades, hoy día y en nuestro medio la pediculosis es más una cuestión molesta que sanitariamente grave.



Gonzalo Cáceres

Las pediculosis en humanos

Los piojos que infestan al hombre pertenecen a dos especies: *Pediculus humanus* (que comprende los piojos de la cabeza y los del cuerpo) y *Phthirus pubis* (o ladillas).

Presentan 3 estadios en su desarrollo: huevo, larva y fase adulta. La vía de transmisión más frecuente (siempre de individuos adultos) es la del contacto directo.

Los huevos de los piojos (o liendres), son ovalados, blanquecinos y miden aproximadamente 1 mm de longitud. Están pegados a los cabellos por medio de un «cemento» de unión que hace muy difícil su eliminación.

La hembra adulta puede poner gran cantidad de huevos. Tanto la cantidad como su período de incubación y el de desarrollo del piojo joven se ven muy afectados por la temperatura ambiente. El período total de desarrollo es, en general, de 15-20 días.

Los ejemplares de *Pediculus humanus* suelen medir entre 2 y 4 mm de longitud (las hembras son de

mayor tamaño que los machos). La cabeza cuenta con ojos y antenas de 5 artejos, siendo los últimos mucho más largos en los piojos del cuerpo que en los de la cabeza. El tórax presenta un par de espiráculos y el abdomen está compuesto por 7 segmentos (con espiráculos los 6 primeros).

Los *piojos de la cabeza* son, hoy día, los más frecuentes en países desarrollados. Viven en el fino cabello de la cabeza, con preferencia en las zonas cercanas a las orejas y en la nuca.

El *piojo del cuerpo* es mucho más raro entre nosotros. Vive en la ropa y allí pone sus huevos. Sólo se acerca al cuerpo para chupar sangre, aunque se mantiene siempre sujeto al tejido mediante sus patas traseras.

Phthirus pubis (ladilla) tiene un cuerpo mucho más corto y más ancho. Las hembras, en este caso también de mayor tamaño que los machos, pueden llegar a medir, como mucho, unos 2 mm de lon-

gitud. Poseen patas largas terminadas en garfios y sus 3 primeros segmentos están fusionados en uno solo, que presenta 3 pares de espiráculos. En los 4 últimos segmentos se observan unas protuberancias de aspecto verrugoso en los lados.

Las ladillas están especialmente adaptadas para vivir en las regiones púbicas y en otras partes del cuerpo donde crece pelo grueso.

La primera manifestación de la presencia de piojos suele ser un intenso prurito. Los piojos, al tiempo que succionan la sangre, inoculan su saliva al huésped y ésta es la causante del picor.

Para combatir la pediculosis disponemos de un amplio abanico de productos en las farmacias a nuestra disposición, productos con distintas composiciones y presentaciones, pero cuya eficacia ha sido demostrada. Si estos tratamientos se siguen de manera correcta, acaban con el problema en cuestión de horas.

Cuotas de mercado por marcas

En primera posición del ranking se halla *Permetrina*, de OTC Ibérica. Vendió 293.000 unidades (19,6%) y facturó 2,44 millones de euros (19,8%). El segundo lugar lo ocupan *Para Plus* y *Para Liendres*, ambos de Chefaro, que en conjunto sumaron 126.000 unidades (8,4%) y un montante aproximado de 1,76 millones de euros (14,3%).

En tercer lugar se encuentra *Filvit* (Uriach-Aquilea), con 175.000 unidades (11,7%) y 1,67 millones de euros (13,5%). Le siguen *Goibi Antiparasitario* (Cinfa), con 89.000 unidades (6,0%) y 1,04 millones de euros (8,4%), y *Lipuk* (Tarbis Pharma), con 42.000 unidades (2,8%) y 810.000 euros (6,6%).

Kife de Interpharma se hizo con el sexto lugar, gracias a las 76.000 unidades (5,1%) que vendió, por un valor de 429.000 euros (3,5%). A continuación se sitúan *Cusitrin Plus* (Sanofi-Aventis), con 63.000 unidades (4,2%) y 413.000 euros (3,3%), y *Parasitrin*, con 56.000 unidades (3,7%) y 399.000 euros (3,2%).

A continuación figuran *Nix* (Pfizer CHC), con 396.000 euros (3,2%); *Yacutin* (Reckitt Benckiser), con 352.000 euros (2,9%); *Repelice* (OTC Ibérica), con 324.000 euros (2,6%), y *ZZ Loción* (Zeltia), con 316.000 euros (2,6%).

Finaliza el ranking con *Vapio* (Lacer), que facturó 307.000 euros (2,5%), y *Milice* (Esteve) con 287.000 euros (2,3%). Estos datos aparecen en la tabla I.

Pediculicidas en loción

Se trata del grupo de mayor tamaño de los 4 (a excepción, como ya se ha co-

mentado, del apartado «Otros»). Las ventas ascendieron a 614.000 unidades, por un importe de 3,27 millones de euros. Son 21 productos, de un total de 19 laboratorios.

El producto más vendido fue *Permetrina* de OTC Ibérica, con 154.000 unidades y 1,17 millones de euros (35,8%). El segundo fue *Filvit* (Uriach-Aquilea), con 70.500 unidades y 567.000 euros (17,4%).

Yacutin (Reckitt-Benckiser), con 56.000 unidades y 352.000 euros (10,8%), ocupó la tercera posición y *Z-Z Loción* (Zeltia), con 196.000 unidades y 316.000 euros (9,7%), la cuarta. La quinta fue para *Cusitrin Plus* (Sanofi-Aventis) con 31.000 unidades y 201.000 euros (6,1%), seguida de *Kife Loción* (Interpharma), con 34.000 unidades y 194.000 euros (5,9%). A continuación aparecen *Para Lien* (Chefaro), con 87.000 euros (2,6%), y *Lipuk* (Tarbis Pharma) con 82.000 euros (2,5%).

Todos los demás productos tienen cuotas de mercado por debajo del 1,5% (fig. 3).

Pediculicidas en champú

Las ventas anuales de este subsegmento ascendieron a 376.000 unidades, con una facturación de 3,23 millones de euros. Corresponden a 22 productos, comercializados por 21 laboratorios.

El champú que más se vendió fue *Goibi Antiparasitario* de Cinfa. Se comercializaron 89.000 unidades, por un importe de 1,04 millones de euros (32,2%). *Permetrina* (OTC Ibérica) consiguió

vender un total de 94.000 unidades y facturar 713.000 euros (22,1%).

Con un 18,2% del total (587.000 euros) encontramos a *Filvit* de Uriach-Aquilea, con unas ventas de 70.000 unidades.

En cuarto lugar figura *Kife* (Interpharma), con 42.000 unidades y 235.000 euros (7,3%), y cerrando la lista, de quinta a octava posición: *Para Plus* (Chefaro), con 206.000 euros (6,4%); *Cusitrin Plus* (Sanofi-Aventis), con 166.000 euros (5,2%); *Free Lend* (Esteve), con 80.000 euros (2,5%), y *Aya* (Nitropharma), con 75.000 euros (2,3%). La figura 4 refleja esta información.

Pediculicidas en spray

Al repasar la facturación de este subsegmento en el periodo analizado, se observa que se vendieron unas 125.000 unidades, por un montante de 1,37 millones de euros.

Son 6 los productos que configuran este mercado, de otros tantos laboratorios.

De las 6 marcas presentes, *Para Plus* de Chefaro fue la que más vendió (58.000 unidades y 688.000 euros, 50,2%). Como cabe observar, fueron más de la mitad de las ventas totales.

Repelice de OTC Ibérica fue la segunda marca y se hizo con un 23,7% del subsegmento (324.000 euros y 24.000 unidades). Le siguió *Vapio* (Lacer), con 307.000 euros (22,4%), y *Cusitrin Plus* (Sanofi-Aventis), con 46.000 euros (3,4%). Otras marcas presentes en el grupo, aunque con ventas menos significativas, fueron *Quit Nits* y *Assy*.

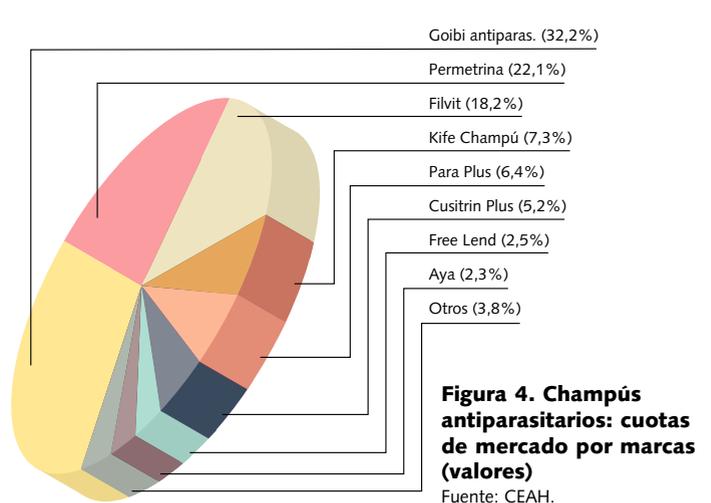
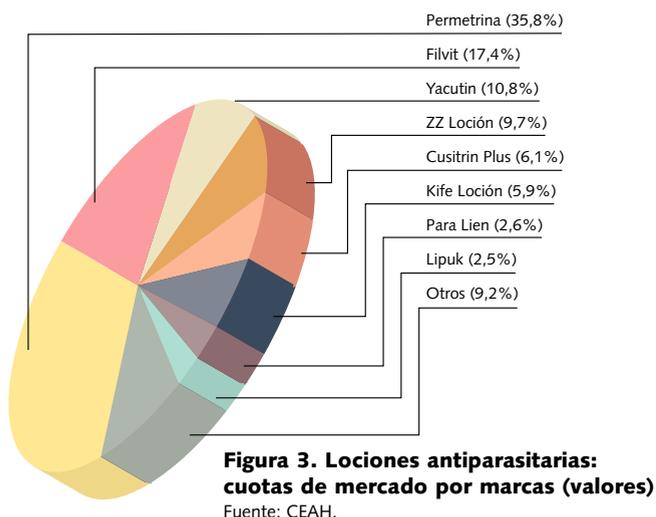


Tabla I.
Mercado de pediculicidas: principales marcas

	Unidades (000)	%	Euros (000) a PVP	%
Permetrina	293	19,6	2.444	19,8
ParaPlus/ParaLien	126	8,4	1.760	14,3
Filvit	175	11,7	1.666	13,5
Goibi Antiparasitario	89	6,0	1.039	8,4
Lipuk	42	2,8	810	6,6
Kife	76	5,1	429	3,5
Cusitrin Plus	63	4,2	413	3,3
Parasitrin	56	3,7	399	3,2
Nix	64	4,3	396	3,2
Yacutin	56	3,7	352	2,9
Repelice	24	1,6	324	2,6
ZZ Loción	196	13,1	316	2,6
Vapio	37	2,4	307	2,5
Milice	22	1,5	287	2,3
Otros	177	11,9	1.398	11,3
Total	1.496	100,0	12.340	100,0

Fuente: CEAH.

Pediculicidas en crema

Este subsegmento, que es el de menor tamaño, cuenta con 3 productos, de otros tantos laboratorios, y con unas ventas que rondan las 78.000 unidades y los 514.000 euros.

El más vendido, con diferencia, fue *Nix Antiparasitario* (Pfizer), con 64.000 unidades y 396.000 euros (77,1%). Le siguió *Permetrina* (OTC Ibérica), con casi 7.000 unidades y 64.000 euros (12,4%). Por último, encontramos *Libe-*

ranit, bálsamo indicado para la eliminación de las liendres, con 8.000 unidades y 54.000 euros (10,4%).

Otras presentaciones

Este apartado engloba, mayoritariamente, los *kits* compuestos por 2 presentaciones distintas de pediculicidas, o bien combinaciones de un producto antiparasitario con el peine o liendrera necesario para la total eliminación del parásito. Alguna forma farmacéutica dis-

tinta a las anteriores, como es el caso de *Piretrin* (Isdin) que es una espuma, también se incluye en este grupo.

Las ventas globales del sector ascendieron a 302.000 unidades por un importe cercano a los 3,96 millones de euros. Entre los más vendidos, cabe destacar *Paranix* de Chefaro (*pack* con *spray* pediculicida y peine-liendrera que vendió 779.000 euros y consiguió un 19,7% del total del subsegmento en valor), *Lipuk* de Tarbis Farma, con 728.000 euros y un 18,4%, *Filvit* de Uriach-Aquilea y *Permetrina* de OTC Ibérica, con un 12,9 y un 12,6%, respectivamente. □

Bibliografía general

- CGCOF. Catálogo de Parafarmacia. Madrid: Publicaciones del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos; 2006.
- Divins MJ. Pediculicidas. Ahí viene la plaga. *Farmacia Profesional*. 2004;8:26-33
- Esteva E. Pediculosis. Medidas higiénicas y tratamiento farmacológico. *Offarm*. 2005;8:65-74.

Bibliografía de consulta a texto completo en www.doyma.es

- Danés I, Enrique R. Eficacia de los pediculicidas en la pediculosis capitis. *Med Clin (Barc)*. 2005;124:512-4.
- Pericas J. La pediculosis en el niño. *FMC. Form Med Contin Aten Prim*. 2003;10:603-10.
- Viñuelas J. Pediculosis resistente a permetrina. *Enferm Infecc Microbiol Clin*. 2001;19:236-7.

El consejo farmacéutico

Uno de los colectivos más afectados por la pediculosis es el infantil. Año tras año, en las escuelas, los casos afectan en mayor o menor medida a prácticamente todos los alumnos.

Los padres de los afectados se preguntan cómo es posible que, con los niveles de higiene que caracterizan nuestra sociedad desarrollada, y dada la disponibilidad de una amplia gama de productos cómodos y eficaces para la eliminación de piojos y liendres, esta parasitosis no sólo no haya sido eliminada, sino que su incidencia aumente día tras día.

En su persistencia influyen, por un lado, la facilidad de transmisión de estos parásitos y, por otro lado, una insuficiente sensibilización de ciertos padres respecto a la necesidad de actuar sobre todos los niños con objeto de romper el círculo vicioso de

la reproducción y transmisión de los piojos y lograr su erradicación. Si algún niño afectado no recibe tratamiento, actuará como reservorio y fuente de reinfestación para sus compañeros.

Como ya se ha comentado, este problema no entiende de clases socioeconómicas o hábitats, ya que se da tanto en zonas rurales como urbanas y con igual frecuencia en barrios populares o de nivel socioeconómico alto.

El farmacéutico recibe a menudo consultas sobre los productos existentes y su modo de utilización. Puede ser, incluso, que su observación ayude a algún padre «despistado» a descubrir el problema causante del picor de su hijo.

La escuela y la farmacia son, sin duda, los agentes que más pueden contribuir a la educación sanitaria en este ámbito y, por tanto, tienen un papel clave en la erradicación de cualquier foco existente. □