

Laxantes

La educación sanitaria básica para combatir el estreñimiento –pautas dietéticas, ejercicios, hábitos de vida– no reviste, aparentemente, dificultades, pero lo cierto es que las cifras de consumo de laxantes en nuestro país son muy elevadas, por razones que tal vez deberían estudiarse mejor. En este trabajo se analiza la situación de este segmento del mercado farmacéutico español.

MARIA-JOSEP DIVINS

Farmacéutica.

Se considera que una persona sufre estreñimiento cuando sus evacuaciones, además de ser poco frecuentes, le producen ciertas molestias. Sabemos que nuestros actuales hábitos alimentarios y nuestro estilo de vida son los principales causantes de este molesto problema.

Para conseguir un correcto funcionamiento intestinal es primordial seguir una dieta que contenga las suficientes frutas, verduras y alimentos ricos en fibras. La dieta, acompañada de la práctica habitual de ejercicio físico o incluso un simple paseo diario, deberían ser suficientes para mantener el estreñimiento a raya. No obstante, el volumen de consumo anual de laxantes en España parece indicar que estos sencillos consejos no deben ser tan fáciles de llevar a la práctica. Y aunque los laxantes pueden ser de gran ayuda en momentos puntuales, no conviene que se conviertan en medicamentos «imprescindibles» para nuestros clientes.

El estreñimiento y sus causas

El ritmo en las evacuaciones varía de una persona a otra. Mientras algunos tienen necesidad de evacuar varias veces

al día, otros lo hacen solamente dos o tres veces por semana. Únicamente hablaremos de estreñimiento cuando además de evacuaciones poco frecuentes, se presentan heces duras acompañadas de molestias como distensión abdominal, dolor al defecar, meteorismo, mal aliento, etc.

Como la velocidad de vaciamiento del tracto gastrointestinal depende, en parte, de la cantidad de materia indigerible contenida en la dieta, cuanto mayor es ésta, más rápidamente llega al recto la materia fecal. Durante el recorrido que efectúa el material digestivo se efectúa un intercambio constante de electrolitos y de agua. Los retrasos en la defecación comportan una absorción mayor de agua y, por tanto, un endurecimiento de las heces.

Aunque la mayoría de los casos de estreñimiento son debidos a hábitos y conductas inadecuados, existen algunas patologías del propio tubo digestivo (debilidad de la musculatura, tumores, inflamaciones, etc.) que son causa de estreñimiento, y que siempre deben ser descartadas en estreñimientos crónicos.

También hay que tener en cuenta que existen algunos fármacos, como los antiácidos a base de calcio y aluminio, los opiáceos, las sales de hierro para el tra-

tamiento de la anemia ferropénica, etc., que pueden causar estreñimiento como efecto secundario.

Está comprobado que con la edad el intestino se va volviendo más «perezo-so», por lo que aumenta el número de afectados, y por consiguiente, el consumo de laxantes.

Tipos de laxantes

La clasificación tradicional de los laxantes se basa en su mecanismo de acción:

Incrementadores del bolo intestinal. Sus componentes (polisacáridos y celulosa) se hinchan por absorción de agua formándose un mucílago que confiere a las heces el volumen adecuado para provocar una distensión del intestino y estimular el peristaltismo.

Enemas. Actúan directamente sobre el colon hidratando la masa fecal por un lado, y provocando distensión por aumento de volumen de líquido en la luz intestinal.

Supositorios de glicerina. La presencia de un cuerpo extraño en el recto provoca en sus terminaciones nerviosas el estímulo reflejo de la defecación. Además, la glicerina es luricante, hidrófila y con un ligero efecto irritante, lo que favorece la motilidad del recto.

Laxantes de contacto o estimulantes. La acción laxante se produce por estímulo directo sobre las paredes del intestino grueso, sobre todo en el colon. Son muy eficaces, pero debe evitarse su abuso porque pueden producir hábito. Son unos preparados muy indicados en casos en los que sea necesaria una evacuación rápida y completa del intestino. Algunas clasificaciones incluyen en este apartado los supositorios de glicerina.



Prescripciones

La figura 1 nos da una idea gráfica de las cifras por lo que respecta a las prescripciones de laxantes en España el año pasado. Excepto en la franja correspondiente a los niños más pequeños, en que debido a la inmadurez de su sistema digestivo y a la dieta que siguen, se dan un mayor número de casos, el estreñimiento crece luego con la edad, y lo sufren en mayor medida las mujeres que los varones.

Efectivamente, el número de prescripciones en el caso de las mujeres casi dobla el de las de varones. Del mismo modo, las cifras de ventas van creciendo de manera paulatina conforme aumenta la edad de los pacientes, aunque es a partir de los 65 años cuando estas cifras sufren el incremento más significativo.

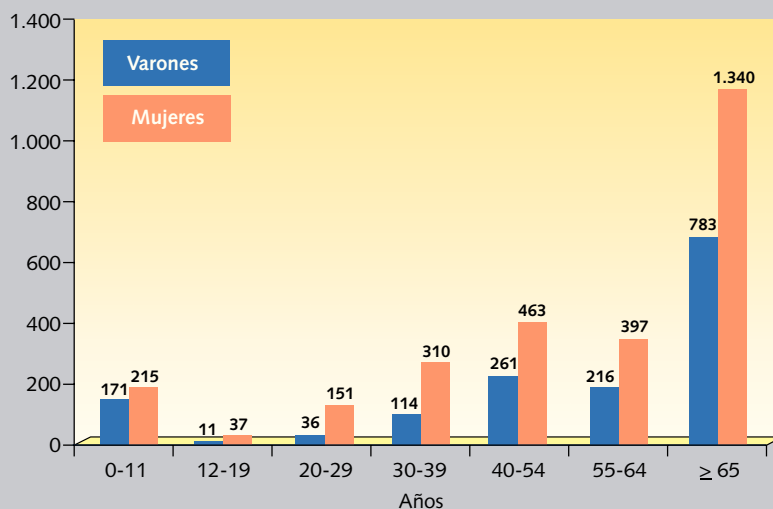


Figura 1. Prescripciones de laxantes por sexo y edad (2008)

Fuente: CEAH.

Laxantes osmóticos. Los más utilizados se basan en la lactulosa y el lactitol, disacáridos no absorbibles hasta que son metabolizados por la flora sacarolítica específica del colon para producir ácidos (láctico, acético, propiónico,...), que se absorben sólo parcialmente, con lo que el contenido del colon se acidifica.

Por un lado, esta acidificación estimula el peristaltismo intestinal y, por otro, como consecuencia del aumento de la osmolaridad, se produce también una mayor retención del agua en las heces, lo que favorece que éstas tengan la consistencia adecuada para una evacuación más fácil.

Emolientes. Son sustancias tensioactivas que tomadas por vía oral actúan

como humectantes al disminuir la tensión superficial de las heces. Esto favorece por un lado la hidratación del bolo intestinal y, por otro, la emulsión parcial del agua intestinal con los lípidos del bolo, dando lugar a emulsiones aceite/agua. Aumentan el volumen y ablandan la masa fecal, facilitando, por tanto, su expulsión.

Mercado de laxantes

Se trata de un grupo importante, tanto en volumen de unidades vendidas como por facturación. Concretamente, durante 2008 se vendieron aproximadamente 23,18 millones de unidades por un importe de 71,19 millones de euros (PVL) (en este trabajo sólo se analizan las ventas intermediadas por la distribución farmacéutica mayorista).

En términos de mercado, la clasificación de los laxantes por su mecanismo de acción suele utilizar categorías ligeramente distintas. El subsegmento de mayor tamaño, que denominaremos *Otros*

laxantes, consiguió una tercera parte de las ventas (33,2%). Se trata de un grupo heterogéneo con mecanismos de acción diversos, aunque son mayoritarios los laxantes osmóticos a base de lactulosa y lactitol. El segundo lugar fue para los *Incrementadores del bolo intestinal* (22,0%) y el tercero para los *Enemas y supositorios* (21,4%). Un 14,7% de las ventas lo consiguieron los *Laxantes estimulantes* y un 7,7%, los *Salinos*. Finalmente, el restante 1,1% fue el porcentaje que correspondió a los *Emolientes* (fig. 2).

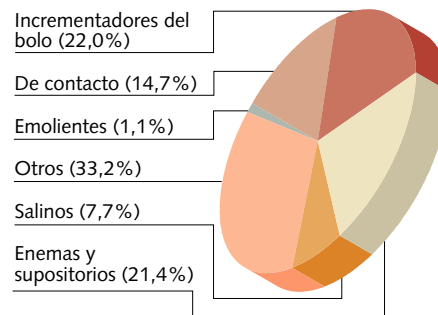


Figura 2. Laxantes: cuotas de mercado por subsegmentos (valores)
Fuente: CEAH.

Cuotas de mercado por laboratorios

El laboratorio que consiguió las mayores ventas fue Rottapharm-Madaus, con 5.491.000 unidades y un montante de 14,80 millones de euros (20,8%). En segundo lugar se situó Solvay Pharma, con 3.970.000 unidades y 14,28 millones de euros (20,1%). En tercero, Pfizer Consumer Healthcare, con 2.853.000 unidades y 7,38 millones de euros (10,4%). Casen Fleet se situó a continuación, con 1.971.000 unidades y 6,42 millones de euros (9,0%). La quinta posición fue para Almirall, que con sus 1.109.000 unidades facturó 4,72 millones de euros (6,6%).

Les siguen Novartis Consumer Healthcare (976.000 unidades y 3,86 millones de euros, 5,4%), Boehringer Ingelheim (1.541.000 unidades y 3,81 millones de euros, 5,4%) y Juste, con 470.000 unidades y 2,10 millones de euros (3,0%). Ya por debajo del 3%, en novena posición, aparece Puerto Galiano, con 804.000 unidades y 1,89 millones de euros (2,7%), y en décima, Vilardell (697.000 unidades y 1,72 millones de euros, 2,4%). Finalmente, Norgine vendió 256.000 unidades por un valor de 1,61 millones de euros (2,3%) (fig. 3).

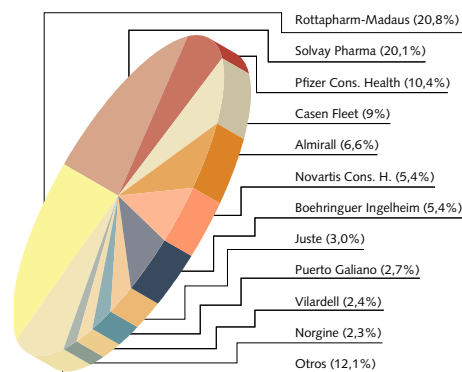


Figura 3. Mercado total de laxantes: cuotas por laboratorios (valores)
Fuente: CEAH.

Laxantes incrementadores del bolo intestinal

Este subsegmento lo integran 15 productos, comercializados por 13 laboratorios, con unas ventas anuales de 5.771.000 unidades y 15,68 millones de euros.

El líder indiscutible del sector fue *Plantaben*, de Rottapharm-Madaus, con 4.572.000 unidades y 10,15 millones de euros (64,7%).

El segundo producto, también de Rottapharm, fue *Agiolax*, con 674.000 unidades vendidas y un montante de 4,07 millones de euros (26,0%). Les siguió *Plantago Ovata Davur* con 206.000 unidades y 472.000 euros (3,0%), y *Metamucil* (Procter& Gamble) con 55.000 unidades y 279.000 euros (1,8%). En quinta posición aparecía *Biolid* (Gineldius), con 88.000 unidades y 213.000 euros (1,4%), seguido de *Bekunis*

Laxante (Diafarm), con 61.000 unidades y 163.000 euros (1,0%), *Cenat* de Rottapharm con 24.000 unidades y

103.000 euros (0,7%), y *Plantago Ovata Cinfa*, con 38.000 unidades y 85.000 euros (0,5%) (tabla I).

Fuente: CEAH.

Tabla I. Anticelulíticos tópicos: ranking por laboratorios

	Unidades (000)	%	Euros (000)	%
Plantaben	4.572	79,2	10.151	64,7
Agiolax	674	11,7	4.073	26,0
Plantago Ovata Davur	206	3,6	472	3,0
Metamucil	55	1,0	279	1,8
Biolid	88	1,5	213	1,4
Bekunis Lax. Instantáneo	61	1,0	163	1,0
Cenat	24	0,4	103	0,7
Plantago Ovata Cinfa	38	0,7	85	0,5
Otros	54	0,9	140	0,9
Total grupo	5.771	100,0	15.679	100,0

Supositorios y enemas

Este segmento, el tercero en tamaño, cuenta con cifras muy similares al anterior. Concretamente fueron 18 productos y 15 laboratorios, con unas ventas globales de 6.113.000 unidades y 15,22 millones de euros.

Los dos primeros productos se mantienen muy igualados. Son *Enema Casen* de Casen Fleet, con 1.627.000 unidades y 3,88 millones de euros (25,5%), y *Micralax* de Pfizer CHC, con 1.125.000 unidades y 3,82 millones de euros (25,1%).

A continuación se situaron los *Supositorios de Glicerina Rovi* (también de Pfizer), con 1.728.000 unidades y 3,56 millones de euros (23,4%). *Supositorios de Glicerina Vilardell* fueron los cuartos

de este ranking, ya que facturó 1,72 millones de euros (11,3%), resultado de sus 697.000 unidades vendidas.

La quinta posición fue para *Verolax* (Angelini), con 147.000 unidades y 516.000 euros (3,4%). Todos los demás productos ya están por debajo del 3%: *Glycilax* (Pan Química Farmacéutica, 464.000 euros y un 3,0%), *Supositorios de Glicerina Cuvé* (Pérez Giménez, 385.000 euros y un 2,5%), *Dulcoenema* (Boehringer Ingelheim, 272.000 euros y un 1,8%), *Supositorios de Glicerina Torrent* (Dr. Torrents, 266.000 euros y un 1,7%) y *Paidolax* (Casen Fleet, 255.000 euros y un 1,7%). La figura 4 refleja gráficamente estos datos.

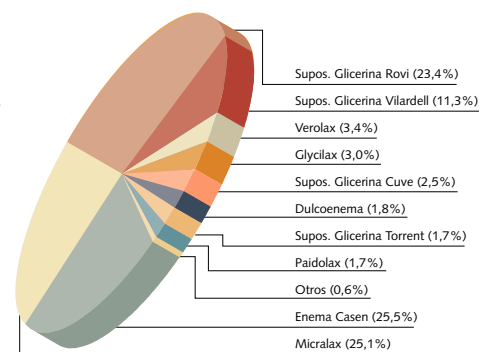


Figura 4. Supositorios y enemas laxantes: cuotas de mercado por marcas (valores)
Fuente: CEAH.

Laxantes de contacto

Constituyen este grupo 26 laxantes de 19 laboratorios distintos. Las ventas durante el año 2008 ascendieron a 3.898.000 unidades y 10,43 millones de euros. Con un tercio de las ventas se colocó en primera posición *Dulco Laxo* (Boehringer Ingelheim), al vender 1.438.000 unidades y 3,45 millones de euros (33,1%). Le siguió a cierta distancia *Evacuol* (Almirall), con 701.000 unidades y 2,18 millones de euros (20,9%).

Pildoras Zeninas (Pérez Giménez) fue el tercero en tamaño, con 793.000 unidades y 1,86 millones de euros (17,8%).

En cuarta posición encontramos a *Bekunis Complex* (Diafarm, 652.000 euros y un 6,3%) y en quinta, *Pursenid* (Novartis CHC, con 513.000 euros y un 4,9%).

A continuación aparecen *Pruina* (Faes, 351.000 euros y un 3,4%), *Jarabe Manceau* (SFA, 258.000 euros y un 2,5%) y *Laxante Sanatorium* (Sanatorium, 218.000 unidades y un 2,1%). La figura 5 recoge estos datos.

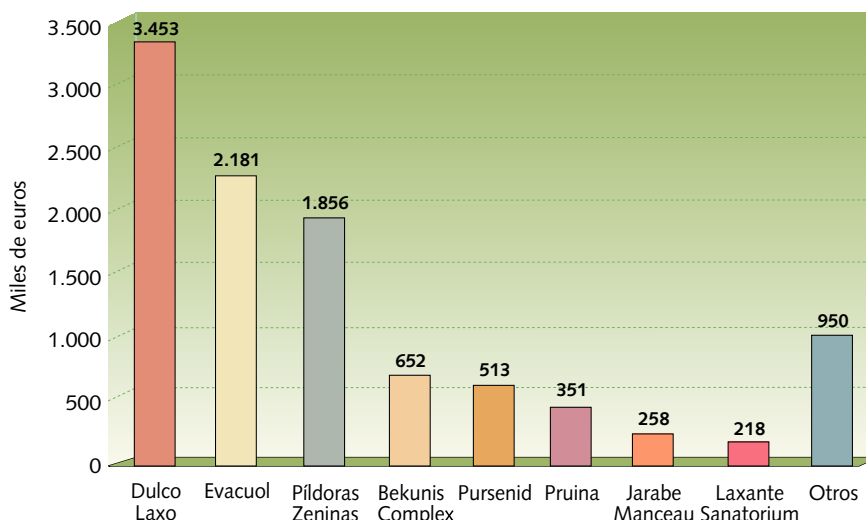


Fig. 5. Laxantes de contacto: cuotas de mercado por marcas (valores)
Fuente: CEAH.

Laxantes salinos

Este grupo está constituido solamente por siete productos, aunque dos de ellos carecen de ventas dignas de mención. Globalmente se vendieron 926.000 unidades por un importe de

5,47 millones de euros. Destaca *Eupeptina* (Almirall) con casi 400.000 unidades y 2,53 millones de euros (46,3%); seguida de *Fosfosoda* (Casen Fleet, 1,40 millones de euros y un 25,5%), *Solu-*

ción Evacuante (Bohm, 839.000 euros y un 15,3%), *Magnesia San Pellegrino* (Seid, 358.000 euros y un 6,6%) y *Laxante Salud* (Reckitt Benckiser, con 340.000 euros y un 6,2%).

Laxantes emolientes

Nos encontramos con un pequeñísimo apartado con dos únicos productos significativos, que son: *Hodernal* (Rottapharm-Madaus), que vendió 222.000 unidades por un importe de 471.000 euros, y *Emuliquen Simple* (Lainco), con 94.000 unidades vendidas por un total de 211.000 euros.

Las cifras de ventas de laxantes van creciendo de manera paulatina conforme aumenta la edad de los pacientes, aunque es a partir de los 65 años cuando estas cifras sufren el incremento más significativo



Otros laxantes

Componen este segmento, el de mayor tamaño, un total de 17 productos comercializados por 14 laboratorios. Sus ventas ascendieron a 6.114.000 unidades y 23,64 millones de euros.

Duphalac de Solvay Pharma fue el más vendido con diferencia: cerca de 4 millones de unidades en un año y 14,25 millones de euros, que suponen un 60,3% de las ventas totales del grupo.

La segunda posición fue para *Emportal* (Novartis), con 783.000 unidades y aproximadamente 3,34 millones de euros (14,1%).

Les sigue *Oponaf* de Juste, que vendió un total de 470.000 unidades y facturó

2,10 millones de euros (8,9%). A continuación, con un 5,9% del porcentaje en valor, encontramos a *Movicol* (Norgine), que consiguió vender 235.000 unidades por un valor total de 1,39 millones de euros (5,9%).

Belmalax (Belmac) y *Casenglicol* (Cassen Fleet) ocuparon el quinto y sexto lugar, respectivamente. El primero de ellos con un montante de 749.000 euros (3,2%) y el segundo, con 702.000 euros (3,0%).

También en este ranking encontramos a *Emuliquen Laxante* (Lainco, 2,3%), *Moviprep* (Norgine, 0,9%) y *Klean Prep* (UCB Pharma, 0,7%) (fig. 6).

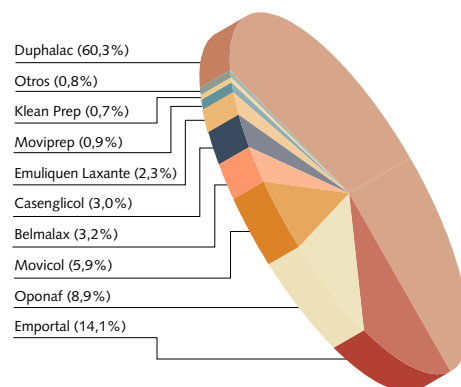


Fig. 6. Otros laxantes: cuotas de mercado por marcas (valores)
Fuente: CEAH.

Consejo farmacéutico

Es muy frecuente que en las oficinas de farmacia se nos pida consejo por problemas de estreñimiento. No se trata, en principio, de un problema grave, pero está muy extendido y, sin duda, para quien lo padece puede resultar muy molesto.

A menudo, como ya se ha comentado, la situación puede ser resuelta con unos simples consejos higienicodietéticos y la práctica de algún tipo de ejercicio. En otros casos, puede ser necesario recurrir a incluir en la dieta del paciente suplementos de fibras, disponibles en nuestras farmacias.

Con cierta frecuencia nuestro cliente nos asegura que «todo esto ya lo hago, necesito algo más fuerte». El siguiente paso sería

entonces recomendarle algún tipo de laxante suave, para ser utilizado únicamente de forma puntual hasta la recuperación de la normalidad intestinal y nunca de manera continuada. El uso continuado de laxantes, sobre todo los estimulantes, favorece la atonía del colon, que sólo responde al estímulo químico del laxante y, a largo plazo, lo hace cada vez menos.

Si, a pesar de todo, el estreñimiento se prolonga excesivamente, o bien observamos algún otro síntoma que nos parezca sospechoso, remitiremos al paciente al médico, para descartar que la alteración del ritmo evacuatorio pudiera estar relacionada con alguna patología orgánica. □