

Antipruriginosos tópicos

# Alivio del picor

■ M.<sup>a</sup> JOSÉ DIVINS TRIVIÑO • Farmacéutica.

El prurito o picor es un problema frecuente y que provoca un gran número de consultas en las oficinas de farmacia. En esta ocasión el análisis de este artículo se centra en la evolución del mercado de productos antipruriginosos por vía tópica. El análisis se lleva a cabo por laboratorios y por marcas.

**T**odas las personas, en algún momento de su vida, han tenido que soportar algún episodio de prurito. El gran número de casos es debido a que son muchas las afecciones de tipo cutáneo que pueden producir picor; a éstas hay que añadir aquellas otras en las que el origen del prurito es sistémico.

**EL PRURITO**

Se suele definir como prurito aquella sensación que instintivamente induce a rascarse. La intensidad del prurito puede ser muy variable, desde una sensación leve y fácilmente soportable, hasta un prurito tan intenso que altere profundamente el equilibrio físico y psicológico del enfermo.

El rascado persistente puede provocar la aparición de lesiones cutáneas. De hecho, rascarse puede irritar tanto la piel que puede producir más picor. Se crea así un círculo vicioso, el cuadro se va agravando y puede llegar a volverse crónico.

El prurito puede presentarse de forma más o menos generalizada y afecta a zonas extensas de la superficie de la piel, o bien a zonas pequeñas y bien delimitadas.

**Causas**

Entre las afecciones cutáneas más frecuentes que pueden producir prurito se encuentran las picaduras de insectos, la urticaria, las dermatitis, ciertas infestaciones por parásitos (como la sarna o la pediculosis), etc. En contacto con la piel, diversas materias como ciertos tejidos, cosméticos, disolventes, etc. pueden causar a menudo prurito. Incluso puede producirlo simplemente una piel excesivamente seca.

Entre las enfermedades sistémicas que causan picor destacan ciertas hepatopatías, los linfomas y algunos trastornos de la sangre. A veces, las personas con alteraciones de tiroides, diabetes o cáncer también pueden presentarlo.

Se debe tener en cuenta que algunos medicamentos pueden producir prurito, como los barbitúricos, además de aquellos a los que un determinado individuo sea alérgico.



**El número total  
de unidades  
de antipruriginosos  
vendidas superó  
los 2,7 millones en un año**

En función del factor desencadenante, pueden presentarse cuadros agudos de picor intenso y corta duración o cuadros menos agudos, pero que pueden resultar muy molestos si se prolongan en el tiempo.

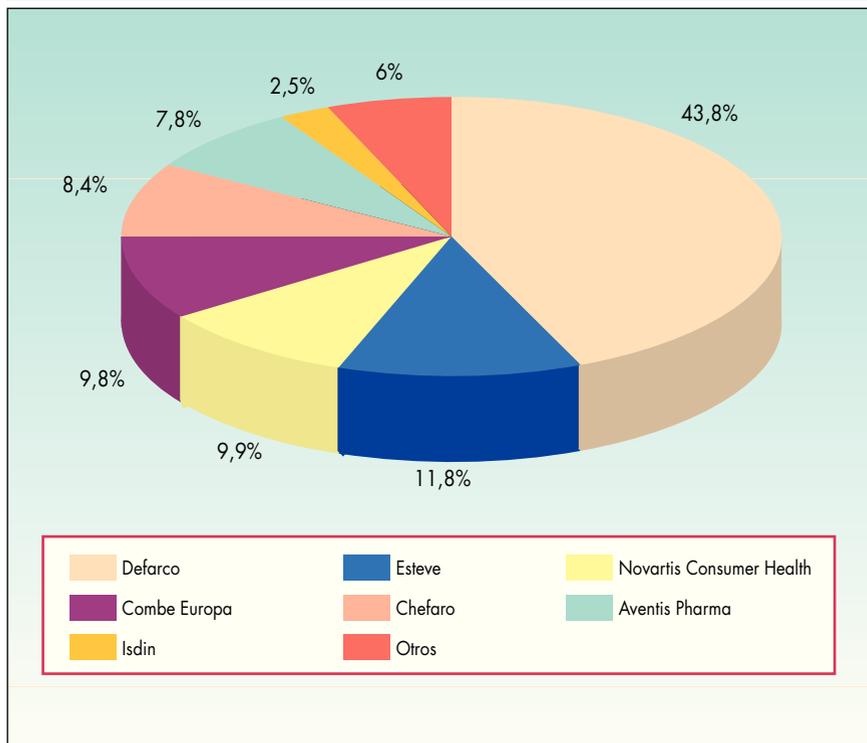
**Tratamiento**

El abordaje terapéutico dependerá, lógicamente, de la causa del prurito.

Para un tratamiento correcto del prurito se deben descubrir las causas que lo producen, para intentar eliminarlas y lograr así romper el círculo vicioso prurito-rascado.

Todos estos cuadros tienen en común una reacción dérmica mediada, entre otras sustancias, por la histamina.

**Fig. 1. Antipruriginosos tópicos: cuotas de mercado por laboratorios (valores)**



La histamina interviene en diferentes reacciones bioquímicas del organismo. Un precursor de la histamina se encuentra en las células cebadas y en los leucocitos basófilos. En el caso de

los tejidos cutáneos en los que se producen reacciones mediadas por ella, la histamina, una vez liberada, provoca vasodilatación e incremento de la permeabilidad capilar. Se produce extra-

vasación de líquido y proteínas hacia los espacios intercelulares, lo que se traduce en enrojecimiento y en edema.

Además, esa histamina liberada en la piel estimula también ciertas terminaciones nerviosas, que generan sensaciones de prurito y a veces incluso de dolor, si el estímulo es muy intenso.

En general, las drogas antihistamínicas más habitualmente utilizadas, sea por vía sistémica o tópica, son antagonistas competitivos de la histamina frente a los receptores H<sub>1</sub>. Con ello, reducen o bloquean selectivamente las respuestas de las células a la histamina.

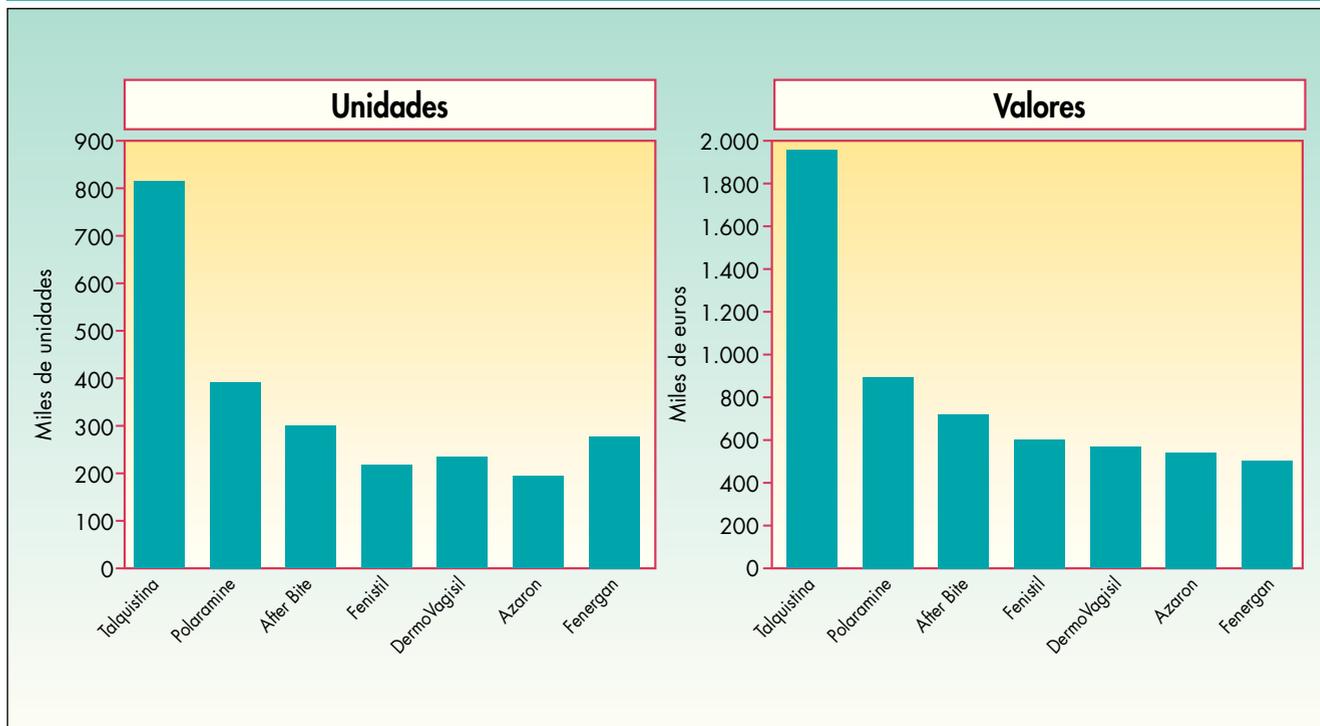
La indicación de los antihistamínicos es puramente sintomática. Aunque la rotura del círculo vicioso prurito-rascado puede modificar de forma significativa la evolución clínica, no podrá considerarse resuelto el cuadro hasta que no se haya eliminado del organismo la causa que ocasiona la liberación de histamina.

Si bien en la mayoría de los casos se obtendrían buenos resultados con la administración de antihistamínicos por vía oral, muchas veces no hace falta recurrir a ellos y es suficiente la aplicación tópica.

**ANTIPRURIGINOSOS**

El presente artículo está centrado únicamente en el estudio del grupo de productos antipruriginosos por vía

**Fig. 2. Antipruriginosos tópicos: ránking de productos por marcas (unidades y valores)**



tópica. Actualmente componen este grupo un total de 23 productos, pertenecientes a 16 laboratorios distintos.

Durante los 12 meses estudiados (de abril de 2001 a marzo de 2002), el número total de unidades vendidas superó los 2.700.000 y el conjunto de los productos considerados facturó un total de 6,5 millones de euros a precio de venta de laboratorio (PVL), lo que supuso unas ventas aproximadas de 10,4 millones de euros a precio de venta al público (PVP) para las oficinas de farmacia.

Se trata de un mercado con pocas novedades, ya que durante los últimos 24 meses ha sido lanzado un único producto, *Dermovagisil*. Aunque está formulado a base de lidocaína, no se trata de un medicamento contra el prurito en general, sino únicamente indicado para aquel que se origina en la zona vulvo-vaginal.

**La selección de productos debe permitir al farmacéutico dar respuesta a cualquier necesidad que se consulte**

**Laboratorios**

La figura 1 presenta las participaciones de los principales laboratorios que compiten en este grupo en valores.

El líder es Defarco, que con dos productos (*Talquistina* y *Polaramine*, primero y segundo del ránking respectivamente) consigue un 43,9% de las ventas en unidades y un 43,8% en valores. El segundo lugar es para Esteve, que con dos productos también (*After Bite* y *Balsabit*), obtiene un 11,2% de las unidades y casi un 12% de los valores (11,8%). El tercer puesto, con un 9,9% del mercado, tanto en unidades como en valores, es para Novartis Consumer Health (con *Fenistil* y *Euraxil*).

Combe Europa ocupa la cuarta posición, con un porcentaje muy similar (9,8%) y dos productos (*Dermovagisil* y *Lanacane*). El quinto laboratorio es Chefaro con un 8,4% del mercado gracias a su único producto, *Azaron*.

**Tabla I. Antipruriginosos tópicos: ránking de productos (unidades y valores)**

	Unidades (miles)	%	Valores (miles euros)	%
Talquistina	813	29,7	1.960	30,1
Polaramine	393	14,3	891	13,7
After Bite	297	10,8	727	11,2
Fenistil	220	8	618	9,5
DermoVagisil	237	8,6	571	8,8
Azaron	197	7,2	547	8,4
Fenergan	278	10,1	508	7,8
Otros	307	11,2	686	10,5
Total	2.742	100	6.508	100

Aventis Pharma es el siguiente, con un 7,8% y un único producto, *Fenergan*, que es ya todo un clásico, con casi 50 años de presencia en las farmacias.

Con porcentajes mucho menores, inferiores todos ellos al 3%, se sitúan Isdin (2,5%), Stiefel (1,8%), Warner Lambert Consumer Health (1,6%) y Cinfa (1,4%). Los otros laboratorios se reparten el 1% restante del mercado.

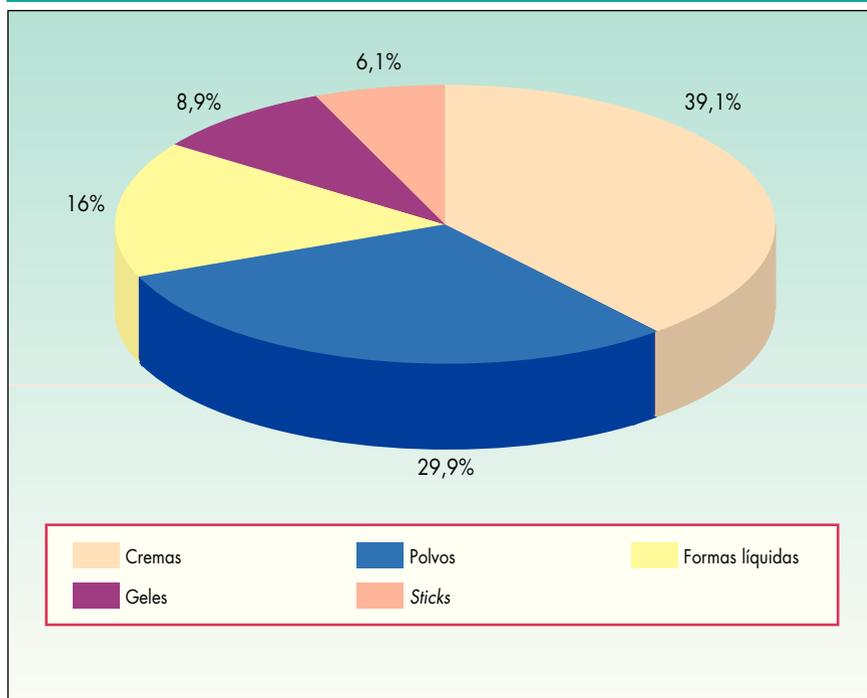
**Marcas**

Como ya se ha comentado, en lo que a productos se refiere, *Talquistina* ocupa

la primera posición de la clasificación (ver tabla I y figura 2). Sus ventas alcanzaron las 813.000 unidades (29,7%) por un importe de 1.960.000 euros (30,1%) a PVL. El segundo producto es *Polaramine*, también de Defarco, con 393.000 unidades (14,3%) y 891.000 euros (13,7%). *After Bite* es la tercera marca, que con unas ventas cercanas a las 300.000 unidades (297.000, 10,8%), facturó 727.000 euros (11,2%).

El siguiente es *Fenistil* de Novartis Consumer Health con 220.000 unidades vendidas (8%, lo que representa la

**Fig. 3. Antipruriginosos tópicos: cuotas de mercado por forma farmacéutica**



sexta posición en el ranking de unidades) y 618.000 euros (9,5%). *Dermovagisil* es el quinto producto, con 237.000 unidades (8,6%) y 571.000 euros de facturación (8,8%). En sexto lugar, *Azaron*, con 197.000 unidades (7,2%) y 547.000 euros (8,4%). Y en séptimo, *Fenergan*, que vendió durante el período analizado un total de 278.000 unidades (10,1%, cuarta posición en unidades) y 508.000 euros (7,8%).

Con montantes mucho menores que van del 2,2% al 1%, se encuentran *Pramox* de Isdin (145.000 euros, 2,2%), *Sartol* de Stiefel (120.000 euros, 1,8%), *Caladryl* de Warner Lambert (104.000 euros, 1,6%), *Neosayomol* de Cinfa (91.000 euros, 1,4%) y *Lanacane* de Combe Europa (64.000 euros, 1%).

La figura 3 muestra los diversos porcentajes de las diferentes presentaciones de los productos del grupo.

El apartado de mayor tamaño lo constituyen las cremas con un 39,1% del mercado. Los polvos consiguen casi un 30% (29,9%) y las formas líquidas un 16%. Dentro de las formas líquidas se encuentran soluciones y lociones, fundamentalmente. Finalmente, las formas gel y *stick* se reparten el 15,0% restante.

## La selección de especialidades debe ser lo más reducida posible

### INTERVENCIÓN FARMACÉUTICA

Como en otros segmentos de mercado, también en este tipo de productos resulta esencial conocer detalladamente las características específicas de cada una de las especialidades disponibles (principio activo, mecanismo y duración esperada de la acción, características del excipiente, comodidad de aplicación, etc.). Sólo con este conocimiento, se podrán seleccionar aquéllas que el farmacéutico va a recomendar más activamente en la oficina de farmacia. La selección, guiada por criterios farmacológicos y basada en las características diferenciales de cada especialidad, debe ser lo más reducida posible, pero a la vez lo suficientemente amplia como para permitir dar respuesta a cualquier necesidad que se consulte. Una vez cumplida esta condición, a la hora de optar por trabajar con mayor intensidad un medicamento u otro entre dos de características similares, se deben considerar criterios de rentabilidad y rotación.

Identificar la causa del problema, definir la zona afectada y su dimensión, evaluar la intensidad del prurito, averiguar el perfil de preferencias del paciente, etc. son etapas sucesivas que deben ir orientando la elección. Sólo después de recorrerlas todas, se podrá dar al cliente un consejo personalizado que garantice la solución del problema, con su consiguiente satisfacción. □

### BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Catálogo de Especialidades Farmacéuticas. Madrid: Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, 2001.  
Vademécum EFP y Parafarmacia. Madrid: ANEFP, 1998.