

MERCADO

Terapia antitabáquica
Adiós al humo

■ M.^a JOSÉ DIVINS TRIVIÑO • Farmacéutica.

El 35% de los españoles fuma habitualmente, pero de ellos cerca de un 80% asegura que le gustaría abandonar ese hábito. El farmacéutico comunitario puede desempeñar un papel clave en el apoyo a estos pacientes, asesorándoles sobre las opciones terapéuticas existentes. En función de sus características, aspiraciones y circunstancias, podrá recomendarle la visita al médico u optar por un tratamiento prescrito y supervisado desde la propia oficina de farmacia.

El tabaco mata. Esta frase, así de contundente, la veremos dentro de muy poco destacada en las cajetillas de cigarrillos que se vendan en el territorio de la Unión Europea. Efectivamente, está demostrado que el consumo de cigarrillos es, en los países industrializados, la principal causa de enfermedad y muerte evitable con una adecuada prevención.

Las estadísticas afirman que únicamente un 5% de los fumadores consigue dejar de fumar sin «ayuda». Con estrategias de modificación de conducta y tratamientos sustitutivos con nicotina los éxitos rondan el 40%. Los resultados a largo plazo de terapias farmacológicas como el bupropión aún no están disponibles, dada su reciente introducción en el mercado farmacéutico.

TABAQUISMO

En España, el tabaco ocasiona aproximadamente unas 50.000 muertes al año. El número total de víctimas producidas por el tabaquismo supera el de la suma de las muertes por sida, accidentes y drogas ilegales. Fumar es la principal causa del 90% de las muertes por cáncer de pulmón, del 30% de todas las muertes por cáncer, del 20% de las muertes de origen coronario y del 80% de las muertes por enfermedad pulmonar.

Los fumadores tienen un riesgo del 50% de morir por causa del tabaco, la mayoría antes de los 70 años. Sin embargo, si se deja de fumar antes de los 50 años y el hábito se abandona durante 15 años, en ese momento el riesgo de muerte es prácticamente el mismo que el del no fumador.

Los peligros de esta adicción en las mujeres embarazadas son de sobra conocidos. El consumo de tabaco perjudica tanto a la madre como al feto.



La eficacia de
los tratamientos
antitabaco ronda
el 40%

El efecto más marcado del tabaquismo sobre el bebé es la reducción de su peso al nacer. Las fumadoras embarazadas también tienen más probabilidades de tener complicaciones con la placenta, rotura prematura de membranas, infecciones uterinas y parto pretérmino. Los defectos congénitos del corazón y del cerebro son más frecuentes entre los hijos de fumadoras.

Además está comprobado que el tabaco no sólo perjudica al propio fumador, sino a todas aquellas personas que le rodean: familia, compañeros de trabajo, etc. El llamado «tabaquismo pasivo» puede causar cáncer de pulmón en personas que no fuman.

El tabaquismo pasivo también ha sido relacionado con el síndrome de muerte súbita del lactante, bajo peso al nacer y problemas respiratorios.

A pesar de ello, la prevalencia de fumadores activos en nuestro país suele cifrarse en un 35%, porcentaje que actualmente tiende a disminuir en el caso de los hombres y a aumentar en el de las mujeres.

Sin ayuda es difícil

Entre el 70 y el 80% de los fumadores, al ser preguntados sobre el tema, aseguran que desearían dejar de fumar, pero que les resulta muy difícil (la mayoría de ellos ya lo ha intentando en diversas ocasiones).

Aunque hay fumadores que han podido dejar de fumar únicamente gracias a su fuerza de voluntad y otros recurren a métodos de medicina alternativa, como la acupuntura, la mayoría de los que lo consiguen se «ayudan» con productos o fármacos específicos.

Hace 15 años se lanzó el primer chicle de nicotina, que liberaba dosis controladas de esta molécula y permitía ir disminuyendo gradualmente la dependencia de la misma. Unos años después, aprovechando el desarrollo de las tecnologías de liberación transdérmica, se lanzaron al mercado dispositivos en forma de parches con diferentes dosis de nicotina (15, 10 y 5 mg), que conseguían el mismo efecto, pero aprovechando las ventajas de una única administración diaria y de la liberación homogénea y sostenida.

Tabla I. Distribución del mercado de productos para la deshabituación tabáquica: laboratorios

	Unidades (miles)	%	Valores (miles de euros)	%
Pfizer (Pharmacia)	436	53,0	3.750	32,2
Glaxo Smithkline	75	9,1	3.591	30,9
Novartis Consumer Healthcare	277	33,7	3.296	28,3
Esteve	35	4,3	1.002	8,6
Otros	0	0,0	0	0,0
Total grupo	823	100,0	11.639	100,0

Fuente: CEAH.

En cuanto a efectividad, no existe un acuerdo claro en favor de ninguna de las dos formas, pues aunque según la farmacocinética el favorito sería el parche, también hay quien argumenta que la ayuda del chicle es mayor al «ocupar y distraer» al fumador, además de permitir una cierta flexibilidad en la ingestión de la nicotina en determinados momentos del día con especial «necesidad».

Las últimas novedades aparecieron en el año 2000, que fue el año en el que se lanzaron al mercado dos productos a base de bupropión HCl. El bupropión es un inhibidor selectivo de la recaptación neuronal de catecolaminas. Se desconoce el mecanismo por el cual el fármaco potencia la capacidad de los pacientes para abstenerse de fumar. No obstante, según se puede

leer en la ficha técnica del producto, se supone que en esta acción intervienen mecanismos noradrenérgicos y/o dopaminérgicos.

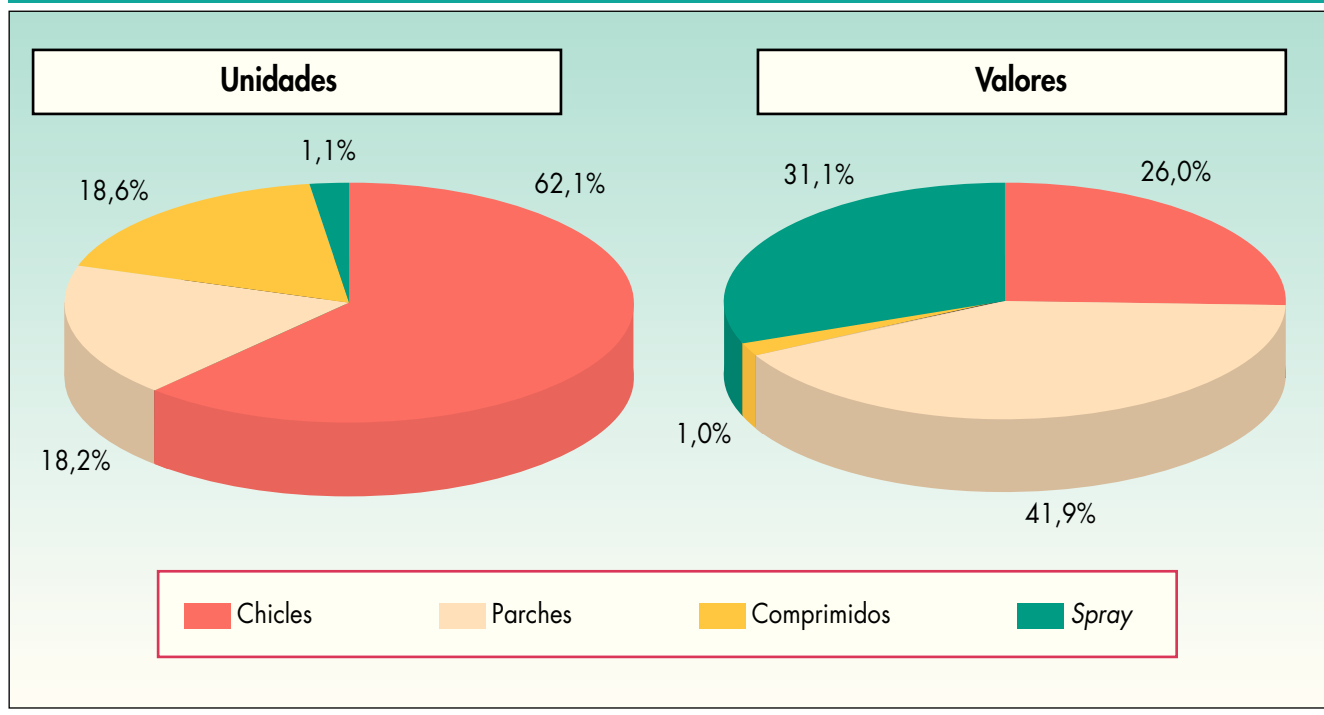
MERCADO DE PRODUCTOS PARA LA DESHABITUACIÓN TABÁQUICA

Estamos ante un grupo de medicamentos que conviene analizar, más por el interés sanitario de la lucha contra el tabaquismo que por su relevancia económica en el conjunto del mercado farmacéutico español.

Laboratorios

En efecto, con 823.000 unidades vendidas en 12 meses, las especialidades que conforman este grupo no llegaron

Fig. 1. Productos para la deshabituación tabáquica: cuotas de mercado por formas farmacéuticas



a suponer ni el 0,1% de las unidades del mercado total y sus ventas en euros representaron el 0,17% del mismo.

Aun así, con sus 11,6 millones de euros anuales a PVL en el período analizado (septiembre 2001-agosto 2002), el grupo dobla el volumen de negocio de un segmento tan familiar para nosotros como el de las especialidades antivertiginosas y se equipara al de los productos otológicos o los anti-vascularicos tópicos.

En la tabla I se muestra la distribución de esas cifras de ventas, tanto en volumen como en valores, entre los escasos laboratorios presentes en este ámbito. Se trata de 4 compañías farmacéuticas, con diferentes niveles de «tradición» en el segmento, y de amplitud de gama de productos. Son, por orden de cifra de negocio: Pfizer, Glaxo Smithkline (GSK), Novartis Consumer Health y Esteve.

**Únicamente un 5%
de fumadores puede dejar
su hábito sin ayuda**

Hablando de valores, las diferencias en la cuota de mercado entre los tres primeros son pequeñas (32%, 31% y 28% de la facturación del grupo, respectivamente). Este queda algo más rezagado, con casi el 9% restante.

El panorama cambia completamente al fijarnos en el volumen de unidades vendidas por cada uno de ellos (53% para Pfizer con dos productos, *Nicorette* y *Nicotrol*, originarios de Pharmacia; 34% para Novartis, con *Nicotinell*; 9% para GSK, con *Zyntabac*, y 4% aproximadamente para Esteve, con *Quomem* y *Nicomax*).

Formas farmacéuticas

Como ya hemos comentado anteriormente, existen diferentes formas de administración de estos productos y dentro de la misma marca podemos encontrar distintas formas galénicas. En la figura 1 se representa visualmente el peso de cada una de ellas sobre el conjunto de grupo terapéutico, tanto en unidades como en valor.

En volumen, los chicles suponen prácticamente dos tercios del mercado

Tabla II. Distribución del mercado de productos para la deshabituación tabáquica: marcas

	Unidades (miles)	%	Valores (miles de euros)	%
Zyntabac	75	9,1	3.591	30,9
Nicotinell TTS	125	15,2	2.584	22,2
Nicorette Chicle	255	31,0	2.135	18,3
Nicorette Mint Chicle	147	17,9	1.058	9,1
Quomem	19	2,3	910	7,8
Nicorette Parches	25	3,0	444	3,8
Nicotinell Mint Comprimidos	59	7,2	376	3,2
Nicotinell Fruit Chicle	78	9,5	281	2,4
Nicotrol	9	1,1	114	1,0
Nicomax	16	1,9	91	0,8
Nicotinell Chicle Menta	15	1,8	55	0,5
Otros	0	0,0	0	0,0
Total grupo	823	100,0	11.639	100,0

Fuente: CEAH.

(exactamente el 62%), aunque este peso se reduce exactamente a la mitad (31%) cuando nos referimos a las cifras facturadas. El fenómeno se invierte en el caso de los comprimidos, que con menos de un 19% de las unidades factura el 42% del total, debido al alto precio unitario de las especialidades a base de bupropión. En mucha menor medida

se da este fenómeno con los parches transdérmicos, pues un 18% del volumen se corresponde con un 26% de los valores totales.

Marcas

En cuanto a los productos individualmente considerados, en la tabla II aparecen los datos de cada uno de los 11

Fig. 2. Productos para la deshabituación tabáquica: cifras de venta por marcas (unidades)

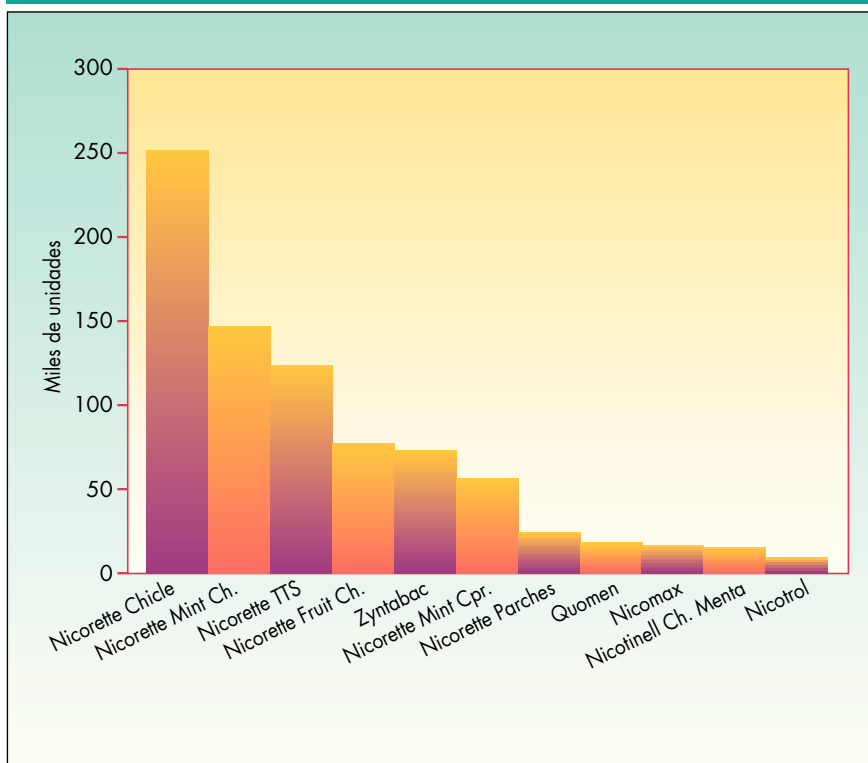
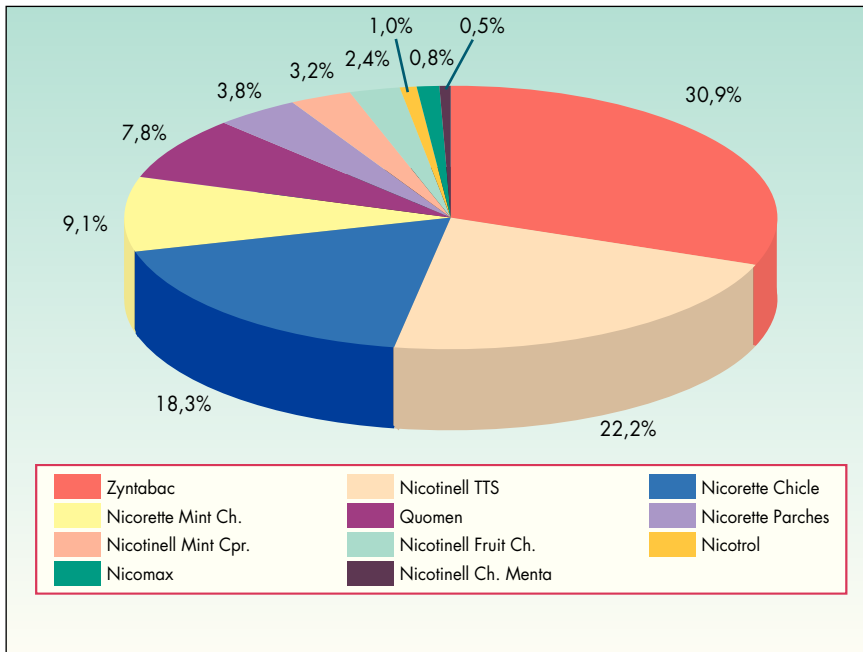


Fig. 3. Productos para la deshabituación tabáquica: cuotas de mercado por marcas (valores)



segundo, el peso porcentual de cada una en el mercado en valores.

Con el 30,9% de la facturación y 3,6 millones de euros, el liderazgo es ocupado por *Zyntabac* de Glaxo Smithkline, a pesar de que su volumen no supera las 75.000 unidades (9,1%) y ha sufrido un fuerte retroceso en el segundo año desde su lanzamiento en octubre de 2000 (-40%).

En segunda posición, con el 22,2% de las ventas del mercado (2,6 millones de euros), está *Nicotinell TTS*, el parche transdérmico de Novartis Consumer Healthcare. En unidades es el tercer producto, con 125.000, que le suponen el 15,2% del total.

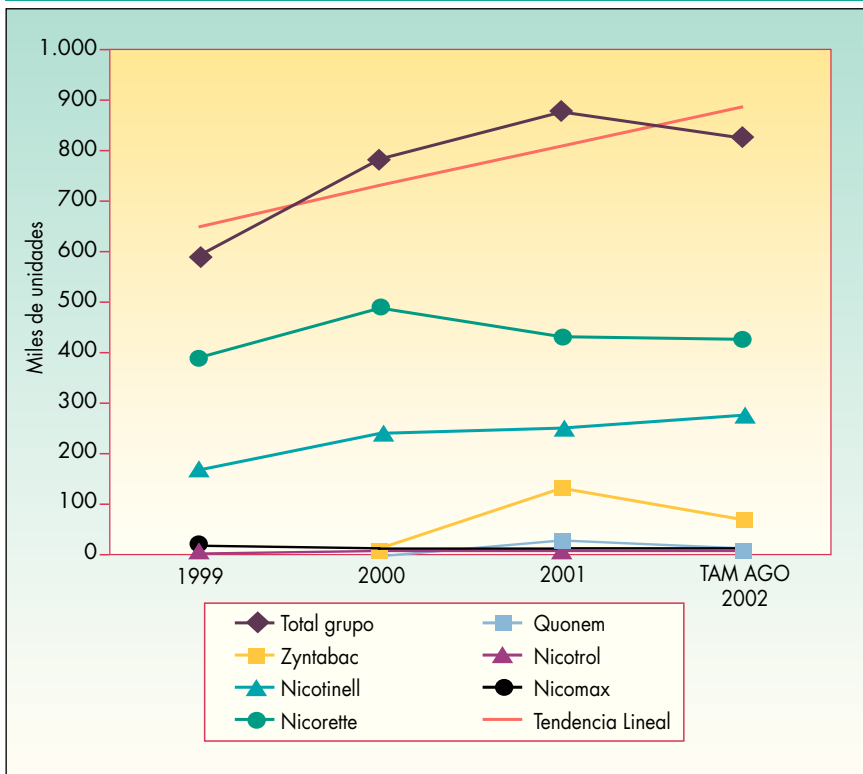
Nicorette Chicle, el producto más veterano del segmento, lanzado por Pharmacia (hoy integrada en Pfizer) hace una quincena de años, ocupa el tercer puesto en valor, con el 18,3% de la facturación (2,1 millones de euros), aunque se sitúa el primero en volumen (255.000 unidades y 31,0%).

que componen este grupo, estructurados por orden decreciente de ventas en valor, junto a las cifras de unidades y las participaciones de mercado tanto en volumen como en cifra de negocio.

Por su parte, las figuras 2 y 3, pretenden facilitar la interpretación de la tabla anterior permitiendo visualizar, en el primer caso, las unidades vendidas por cada especialidad y en el

Este segmento de mercado experimenta un crecimiento sostenido

Fig. 4. Productos para la deshabituación tabáquica: evolución de las ventas totales por marcas (unidades)



En cuarto lugar, reforzando el liderazgo de la marca *Nicorette* en chicles, *Nicorette Mint Chicle* aporta adicionalmente a su laboratorio 1,06 millones de euros (910.000 euros y 7,8%), fue para *Quomen* de Esteve, a pesar de suponer sólo un 2,3% de las unidades de venta.

El quinto puesto durante el período estudiado, ya por debajo del millón de euros (910.000 euros y 7,8%), fue para *Quomen* de Esteve, a pesar de suponer sólo un 2,3% de las unidades de venta.

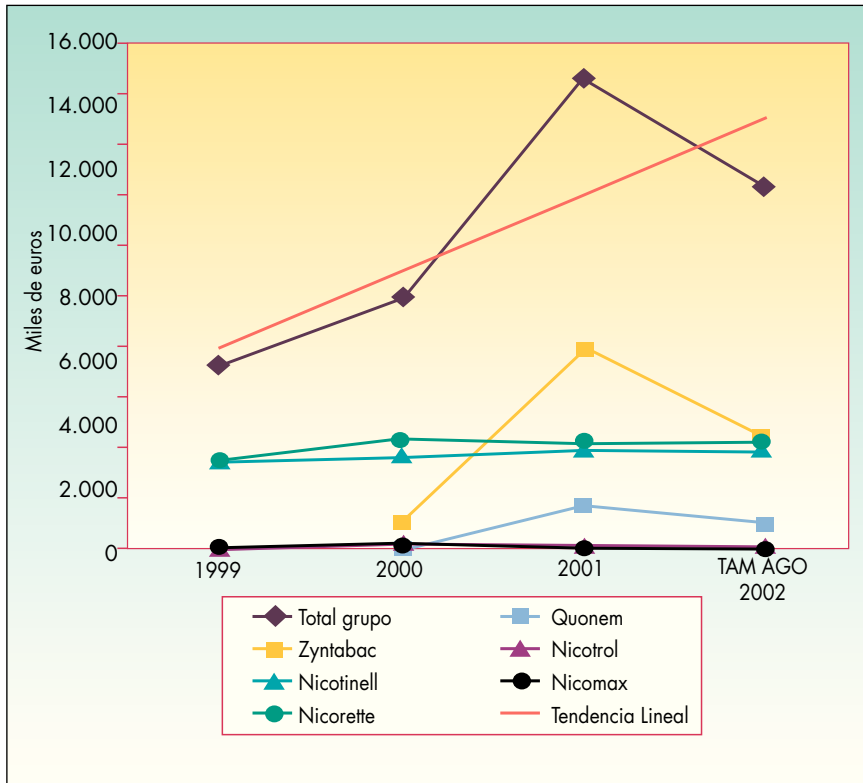
En los puestos sexto al octavo se sitúan, *Nicorette Parches* (3,8%), *Nicotinell Mint Comprimidos* (3,2%) y *Nicotinell Fruit Chicle* (2,4%).

Los tres productos restantes, que no superan la barrera del 1% de la facturación total, son *Nicotrol Spray* (1,0%) y *Nicomax Chicles* (0,8%), ambos de Esteve; y finalmente, *Nicotinell Chicle Menta* (0,5%).

Perspectivas

Dado que estos productos atienden una problemática real de la población

Fig. 5. Productos para la deshabitación tabáquica: evolución de las ventas totales por marcas (valores)



y además nos hallamos en una fase de sensibilización creciente frente a los riesgos del tabaquismo, cabe señalar que el mercado de deshabitantes del tabaco registra una tendencia claramente favorable al crecimiento.

En las figuras 4 y 5 podemos contemplar, respectivamente, la evolución de las ventas unitarias y de la cifra de negocio del segmento en los últimos 4 ejercicios.

Se produce en el caso de las unidades una reducción aparente de las ventas totales en 2002, que viene motivada por la retracción de las ventas de *Zyntabac*, que había dado un tirón enorme el año anterior. Pero si aislamos este efecto puntual, vemos claro que la tendencia de fondo es de crecimiento sostenido, con una media en torno al 13% para los tres últimos años.

Si crecen las unidades, lo hacen en mayor medida los valores, con un crecimiento medio anual durante el período del 32%.

INFORMAR, APOYAR Y MOTIVAR

Estos y otros infinitivos similares podrían definir la aportación complementaria a la dispensación en sí misma, que puede esperar de nosotros un paciente que acude con la prescripción de un tratamiento antitabaco o bien *de*

motu proprio, porque quiere abandonar el hábito. En resumen, conviene:

- Reforzar su convicción de que debe y puede dejar su hábito, ayudándole a eliminar sus dudas y temores.
- Insistir en las múltiples consecuencias favorables de una decisión trascendental para la salud presente y futura de su organismo.
- Establecer un seguimiento personalizado periódico, para verificar que la administración y los cambios de posología se realizan de forma adecuada. Ello contribuirá en gran medida al éxito del tratamiento de deshabitación.

El resultado de nuestro apoyo puede ser decisivo para borrar el nombre del paciente en cuestión de la fatídica lista de enfermos que mueren o enferman cada año en el mundo por culpa del tabaco. Un esfuerzo que bien vale la pena. □

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

CGCOF. Catálogo de Especialidades Farmacéuticas. Madrid: Publicaciones del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, 2002.
 VV.AA. Vademecum Internacional. Madrid: Medicom, 2001.
http://www.msc.es/agemed/csmh/notas/bupropion_ft.pdf