

## Mucolíticos y expectorantes

Llega el invierno y con él el incremento de las afecciones respiratorias, con la mucosidad y la tos que las acompaña. En el número del pasado mes de octubre de FARMACIA PROFESIONAL repasamos la situación del mercado farmacéutico de las especialidades antitusígenas. En esta ocasión hacemos lo propio con el de los medicamentos que alivian los problemas del exceso de mucosidad y expectoración.

**MARIA-JOSEP DIVINS**

Farmacéutica.

Sabemos que cuando la tos es seca e improductiva, debe actuarse para reducir este reflejo y evitar así la irritación repetitiva y el agotamiento que son característicos en estos casos. En cambio, cuando hay secreción de moco, el reflejo de la tos debe preservarse porque ayuda a mantener libres las vías aéreas. Es entonces cuando están indicados los medicamentos que fluidifican y favorecen la eliminación del moco bronquial.

### Mucolíticos y expectorantes

Los mucolíticos y expectorantes se emplean para favorecer la eliminación de las secreciones bronquiales, aunque mediante mecanismos de acción algo distintos.

Los mucolíticos actúan fundamentalmente sobre la viscosidad de las secreciones mucosas bronquiales, haciéndolas más fluidas para facilitar su expulsión, mientras que los expectorantes incrementan la secreción mucosa y hacen que la capa de moco sea más fácil de eliminar por el movimiento de los cilios del árbol respiratorio.

Aunque sus mecanismos de acción son distintos, en muchos casos no es tan clara la separación entre ambos tipos de fármacos, por lo que cada vez es más frecuente unificarlos como un solo grupo.

### Defender nuestro ámbito profesional

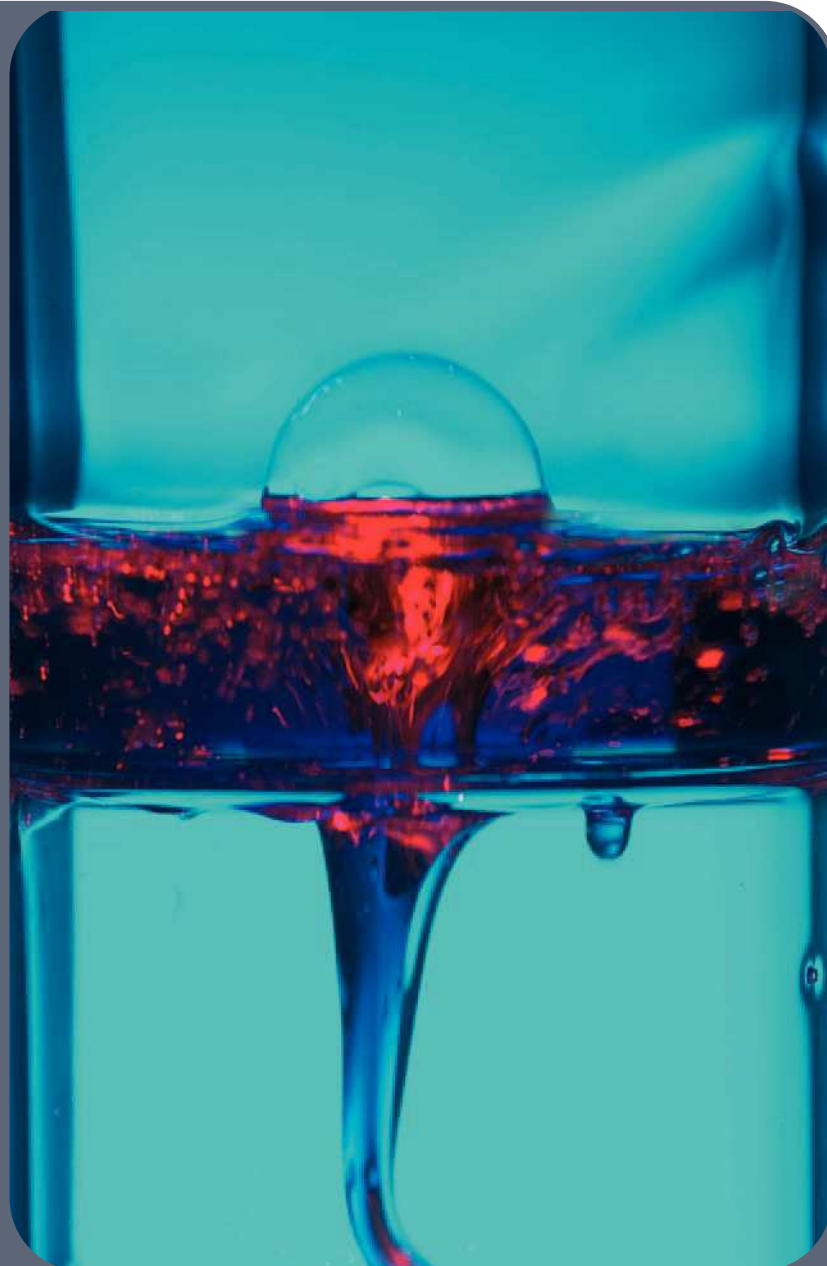
- No nos cansaremos de insistir en la necesidad de la defensa por parte del farmacéutico comunitario del sector de los medicamentos que nos es más propio: el de las especialidades farmacéuticas publicitarias. Fundamentalmente, por que en su dispensación no dependemos de los criterios de prescripción del médico, sino de nuestro propio criterio como consejeros de salud. Si no lo hacemos en afecciones que por su cotidianeidad y poca gravedad nos son perfectamente accesibles, ¿en qué otros casos podremos hacerlo?
- Es importante no dejarnos llevar por la rutina de la dispensación, que a veces nos hace «irreflexivamente fieles» a una serie de marcas de prescripción, en detrimento de las EFP.
- Hoy ya es tarde para desandar el camino en muchos casos, aunque algunos errores colectivos del pasado, como el de *Fluimucil*, nos pueden servir como objeto de reflexión para evitar tendencias similares en el futuro, aunque en favor del farmacéutico (a cada uno lo suyo), hay que recordar que el error citado fue compartido con el propio laboratorio fabricante, que al lanzar al mercado *Flumil*, desarrolló una fuerte campaña informativa indicando que esta marca sustituiría a *Fluimucil* en la prescripción a cargo de fondos públicos. La consecuencia fue una rápida adaptación por parte del usuario, que en seguida se acostumbró a pedirle a su médico la marca financiada.

## Mercado de mucolíticos y expectorantes

Dentro del grupo de mucolíticos y expectorantes podemos encontrar productos pertenecientes a tres estatus legales: especialidades farmacéuticas (a secas), especialidades farmacéuticas genéricas (EFG) y especialidades farmacéuticas publicitarias (EFP).

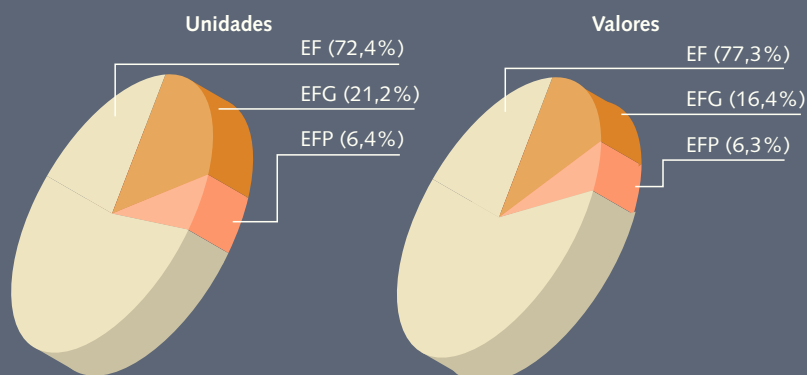
La figura 1 nos muestra el peso en el mercado de cada uno de estos subgrupos. Las especialidades farmacéuticas son mayoritarias, con un 72,4% de las unidades y un 77,3% de los valores. Un 21,2% de las unidades y un 16,4% de los valores son para las especialidades genéricas, y sólo un 6,4 y un 6,3%, respectivamente, para las especialidades publicitarias.

Durante el período analizado, que comprende los meses de julio de 2004 a junio de 2005, se vendieron en las farmacias españolas alrededor de 24.625.000 unidades de estos productos, por un importe aproximado de 59,80 millones de euros (los datos analizados en este trabajo hacen referencia, únicamente, a las ventas intermediadas por la distribución farmacéutica mayorista). Se comercializa en este sector un total de 57 productos, de 39 laboratorios distintos.



Gonzalo Cáceres

**Fig. 1. Mucolíticos y expectorantes: ventas de los principales subgrupos.** Fuente: CEAH.



# Mercado de mucolíticos y expectorantes

## Ventas por laboratorios

En primera posición del ranking de laboratorios, con casi un tercio de las ventas, figura Zambon. Vendió, aproximadamente, 8.119.000 unidades (33,0%) y facturó unos 18,68 millones de euros (31,2%). El segundo lugar fue para Italfarmaco, con 3.179.000 unidades (12,9%) y 11,29 millones de euros (18,9%). El tercero, para Boehringer Ingelheim, con 3.730.000 unidades (15,1%) y 8,51 millones de euros (14,2%). Les siguieron Bexal, con 1.823.000 unidades (7,4%) y 3,82 millones de euros (6,4%) y Almirall Prodesfarma, con 1.109.000 unidades (4,5%) y 2,56 millones de euros (4,3%). El sexto, Cinfa, con 1.321.000 unidades (5,4%) y 2,53 millones de euros (4,2%), y el séptimo Ciclum Farma, con 429.000 unidades (1,7%) y 2,31 millones de euros (3,9%). En las posiciones octava a décima aparecen Ratiopharm (948.000 unidades y 1,90 millones de euros), Ern (538.000 unidades y 1,45 millones de euros) y Pfizer Consumer Healthcare (398.000 unidades y 1,15 millones de euros). Estos datos están reflejados en la tabla I y la figura 2.

euros (6,4%) y Almirall Prodesfarma, con 1.109.000 unidades (4,5%) y 2,56 millones de euros (4,3%). El sexto, Cinfa, con 1.321.000 unidades (5,4%) y 2,53 millones de euros (4,2%), y el séptimo Ciclum Farma, con 429.000 unidades (1,7%) y 2,31 millones de euros (3,9%). En las posiciones octava a décima aparecen Ratiopharm (948.000 unidades y 1,90 millones de euros), Ern (538.000 unidades y 1,45 millones de euros) y Pfizer Consumer Healthcare (398.000 unidades y 1,15 millones de euros). Estos datos están reflejados en la tabla I y la figura 2.

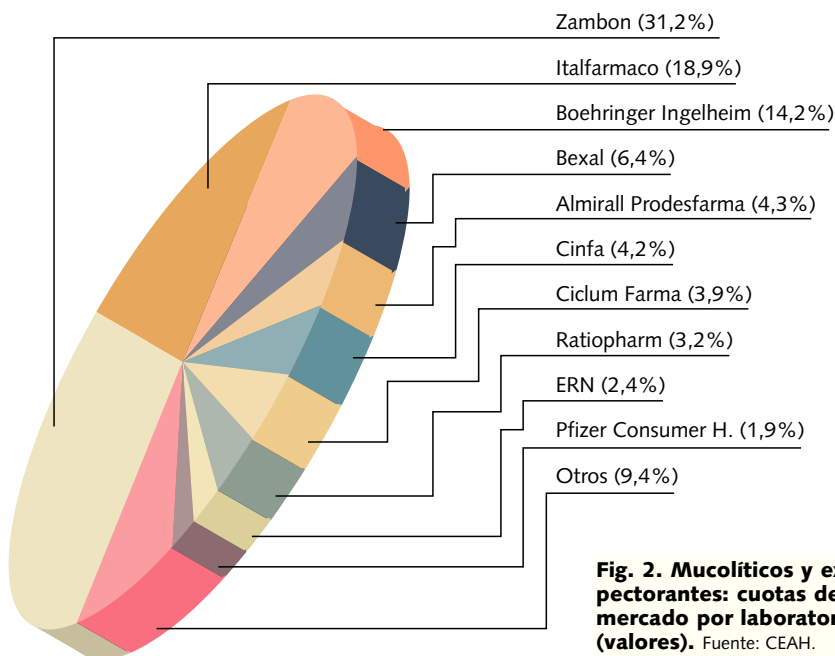
## Ventas por marcas

Claramente destacado en primera posición está *Flumil* de Zambon, con 7.511.000 unidades (30,5%) y 17,57 millones de euros (29,4%). Le sigue *Pectox Lisina* (Italfarmaco), con un número significativamente menor de unidades (1.457.000; 5,9%), pero con 7,82 millones de euros de facturación (13,1%). En tercera posición está *Mucosan* (Boehringer Ingelheim), con 3.171.000 unidades (12,9%) y 7,51 millones de euros (12,6%). *Pectox* (Italfarmaco) fue el cuarto producto en liza, con 1.722.000 unidades (7,0%) y 3,47 millones de euros (5,8%). El quinto fue un genérico, *Acetilcisteina Bexal*, con 1.591.000 unidades (6,5%) y 3,39 millones de euros (5,7%). Les siguen *Mucovital* (Ciclum Farma), con 429.000 unidades (1,7%) y 2,31 millones de euros (3,9%), y *Actithiol Antihistamínico* (Almirall Prodesfarma),

**Tabla I. Mucolíticos y expectorantes: principales laboratorios**

	Unidades (000)	%	Euros (000)	%
Zambon	8.119	33,0	18.677	31,2
Italfarmaco	3.179	12,9	11.288	18,9
Boehringer Ingelheim	3.730	15,1	8.508	14,2
Bexal	1.823	7,4	3.820	6,4
Almirall Prodesfarma	1.109	4,5	2.564	4,3
Cinfa	1.321	5,4	2.534	4,2
Ciclum Farma	429	1,7	2.307	3,9
Ratiopharm	948	3,8	1.899	3,2
ERN	538	2,2	1.446	2,4
Pfizer Consumer H.	398	1,6	1.145	1,9
Otros	3.031	12,3	5.610	1,9
<b>Total grupo</b>	<b>24.625</b>	<b>100,0</b>	<b>59.798</b>	<b>100,0</b>

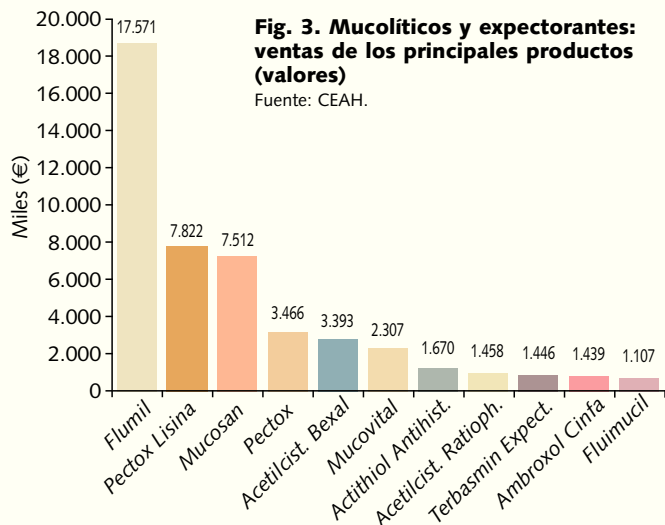
Fuente: CEAH.



**Fig. 2. Mucolíticos y expectorantes: cuotas de mercado por laboratorios (valores).** Fuente: CEAH.

## Especialidades farmacéuticas publicitarias

Haremos aquí un somero repaso a las especialidades farmacéuticas publicitarias, por ser las que defendemos como de indicación exclusiva por parte del farmacéutico, ante la consulta de un paciente resfriado o con exceso de mucosidad, que prefiere ahorrarse la consulta al médico. Conceptualmente deberían ser las más interesantes para el farmacéutico comunitario, aunque no parece ser así por las cifras que hemos visto anteriormente. Factores culturales y económicos diversos, relacionados tanto con el médico como con el paciente, pero que implican también en alguna medida a los propios laboratorios fabricantes, y a los que los farmacéuticos no podemos sentirnos ajenos explican lo atípico del mercado español de medicamentos publicitarios. Un primer y gran ejemplo nos lo da la situación actual de *Fluimucil*, la marca de acetilcisteína original de Zambon, antaño financiada sin restricciones por el Sistema Nacional de Salud y hoy reconvertida en especialidad publicitaria por su laboratorio, tras haber sido limitada su financiación hace algunos años. Este producto, no hace tanto líder des-



**Tabla II. Mucolíticos y expectorantes: principales marcas**

	Unidades (000)	%	Euros (000)	%
Flumil	7.511	30,5	17.571	29,4
Pectox Lisina	1.457	5,9	7.822	13,1
Mucosan	3.171	12,9	7.512	12,6
Pectox	1.722	7,0	3.466	5,8
Acetilcisteína Bexal	1.591	6,5	3.393	5,7
Mucovital	429	1,7	2.307	3,9
Actithiol Antihistamínico	607	2,5	1.670	2,8
Acetilcisteína Ratiopharm	689	2,8	1.458	2,4
Terbasmin Expectorante	538	2,2	1.446	2,4
Ambroxol Cinfa	924	3,8	1.439	2,4
Fluimucil	608	2,5	1.107	1,9
Otros	5.378	21,8	10.607	17,7
<b>Total grupo</b>	<b>24.625</b>	<b>100,0</b>	<b>59.798</b>	<b>100,0</b>

Fuente: CEAH.

con 607.000 unidades (2,5%) y 1,67 millones de euros (2,8%). En los lugares octavo a décimo figuran *Acetilcisteína Ratiopharm* (689.000 unidades y 1,46 millones de euros), *Terbasmin*

*Expectorante* (538.000 unidades y 1,45 millones de euros) y *Ambroxol Cinfa* (924.000 unidades y 1,44 millones de euros). Añadiremos aún otro producto, *Fluimucil*, que es la primera

EFP en ventas y el último producto que supera la barrera del millón de euros (1,11 millones de euros). Estos datos aparecen en la tabla II y en la figura 3).

tacado de este segmento y con una de las marcas más notorias del mercado farmacéutico español, ocupa hoy tan sólo la decimoprimer posición (con un 1,9% de las ventas) en el ranking general de los mucolíticos, mientras que la marca *Flumil* (del mismo laboratorio e idéntica composición, aunque con estatus de medicamento financiado) es el primero, habiendo ocupado el lugar del anterior. Esto es lógico por lo que hace a la parte de las ventas que eran y son generadas por prescripción médica, pero no lo es en lo referente a aquella otra gran parte de dispensaciones sin receta de *Fluimucil*, que se han reconvertido inexplicablemente en dispensaciones de *Flumil*.

Haciendo hincapié de nuevo en la situación un tanto triste de las EFP en este segmento de mercado, vemos que este limitado 1,9% del mercado total que consigue *Fluimucil* supone, sin embargo, casi un 30% de las ventas totales de mucolíticos y expectorantes EFP (concretamente un 29,5%).

*Iniston Mucolítico* (Pfizer) es la segunda marca, ya que consigue un 16,2% en valor (608.000 euros), con cerca de 194.000 unidades vendidas. Les sigue *Cinfatos Expectorante* (Cinfa), con

187.000 unidades y 561.000 euros (14,9%); *Inistolin Expectorante* de Pfizer, con 204.000 unidades y 537.000 euros (14,3%); *Pastillas Pectorales Kely* (Boots Healthcare), con 125.000 unidades y 242.000 euros (6,4%), y en las posiciones sexta a octava: *Pectodrill* (Pierre Fabre, 122.000 euros), *Mucolibex* (Bexal, 112.000 euros) y *Broncimucil*

(Uriach, 106.000 euros). En la figura 4 se aprecian las cuotas de mercado en valor de los 8 primeros productos. □

**Bibliografía general**

CGCOF. Catálogo de Especialidades Farmacéuticas. Madrid: Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, 2005.

