

## Laxantes

El mercado de los laxantes, un conjunto de productos muy diverso, tanto por mecanismos de acción como por formas galénicas, es muy importante para la oficina de farmacia. En este trabajo se refleja su situación, a través de la evaluación de los datos de venta obtenidos en el período comprendido entre septiembre de 2005 y agosto de 2006.

**MARIA-JOSEP DIVINS**  
Farmacéutica.

El ritmo en las evacuaciones varía de una persona a otra, pero se habla de estreñimiento cuando el afectado tiene evacuaciones poco frecuentes y además molestas (acompañadas de distensión abdominal, do-

lores al defecar, meteorismo, mal aliento, etc.).

Como la velocidad de vaciamiento del tracto gastrointestinal depende, en parte, de la cantidad de materia indigestible contenida en la dieta, cuanto ma-

yor es ésta, más rápidamente llega al recto la materia fecal. Durante el recorrido que efectúa el material digestivo se produce 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, hay 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.

Una dieta adecuada, como ya se ha comentado, resulta clave para evitar el estreñimiento aunque debe evitarse también una vida excesivamente sedentaria. La práctica diaria de cualquier deporte o incluso un simple pa-



Gonzalo Cáceres

## Mercado de laxantes

El de los laxantes es un grupo grande, sobre todo con un importante número de unidades vendidas: alrededor de 23,6 millones en el período comprendido entre septiembre de 2005 y agosto de 2006, por un importe superior a los 66 millones de euros a PVL. (Los datos manejados en este artículo hacen referencia únicamente a las ventas intermediadas por la distribución farmacéutica mayorista).

Tradicionalmente los laxantes se han agrupado en 6 subgrupos, tres de ellos con un tamaño bastante similar, a saber: en primer lugar, los «otros laxantes» (con el 29,6% en valor en un segmento formado por diversos laxantes con mecanismo de acción no homogéneo, pero cada vez más dominado por los laxantes osmóticos a base de lactulosa y lactitol); en segundo lugar, los incrementadores del bolo intestinal (26,1%), y en tercero, los enemas y supositorios (22,0%). Un 14,3% de la facturación es para los laxantes de contacto y un 6,9% para los salinos. Finalmente un 1,0% residual es para los emolientes (fig. 1).

se acaban solucionando muchos casos.

Hay que tener en cuenta y recordar que algunos fármacos como los antiácidos a base de calcio y aluminio, las sales de hierro, los opiáceos, etc. pueden causar estreñimiento como efecto adverso.

## Laxantes

Tradicionalmente los laxantes se clasifican según su mecanismo de acción:

**Emolientes.** Se utilizan sustancias tensioactivas por vía oral, que actúan como humectantes al disminuir la tensión superficial de las heces, lo que 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. Por todo ello, aumentan el volumen y ablandan la masa fecal y, en consecuencia, facilitan su expulsión.

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

**Incrementadores del bolo intestinal.** Son polisacáridos naturales o semi-sintéticos y celulosa, que se hinchan por absorción de agua formando un mucílago que confiere a las heces el volumen adecuado para provocar una distensión del intestino y estimular el peristaltismo. Son los más aconsejables en los casos de estreñimiento simple.

**Laxantes de contacto.** La acción laxante se produce por estímulo directo sobre las paredes del intestino grueso, sobre todo en el colon. Se conocen también como laxantes estimulantes.

Son muy eficaces, pero debe evitarse su abuso porque puede generar hábito.

**Preparados salinos.** Se utilizan sales sódicas y magnésicas de aniones polivalentes que, al ser administradas, ocasionan un incremento de la presión osmótica del contenido intestinal. Para restablecer el equilibrio osmótico es necesario que pase agua desde el plasma sanguíneo a la luz intestinal. Este trasvase provocará un considerable aumento del volumen y con él, la consiguiente distensión abdominal que estimulará la actividad del músculo liso del intestino.

Son unos preparados muy indicados en aquellos casos en los que sea necesaria una evacuación rápida y completa del intestino.

**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, al fundirse, actúa, por un lado, como lubricante y por el otro, complementa la acción con un ligero efecto irritante que estimula la motilidad del recto.

**Laxantes osmóticos.** Los más utilizados se basan en la lactulosa y el lactitol, disacáridos no absorbibles hasta que son metabolizados por la flora sacrolítica específica del colon para producir ácidos (láctico, acético, propiónico, etc.) y 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 más fácil evacuación.

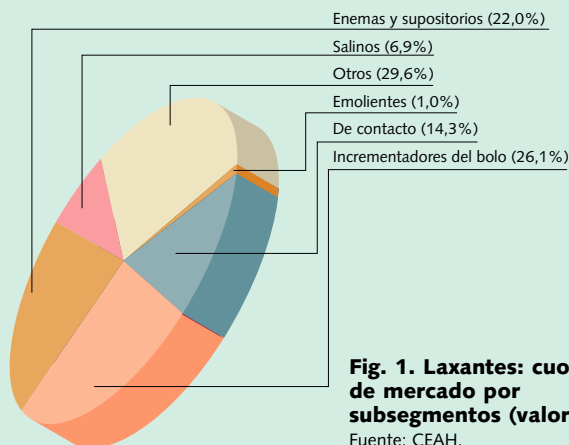
## Cuotas de mercado por laboratorios

El laboratorio con mayores ventas durante este período fue Madaus, con 4.984.000 unidades y 15,76 millones de euros (23,8%). El segundo lugar lo consiguió Solvay Pharma, con 3.268.000 unidades y 11,48 millones de euros (17,3%), y el tercero fue Pfizer, con 4.039.000 unidades y 8,95 millones de euros (13,5%).

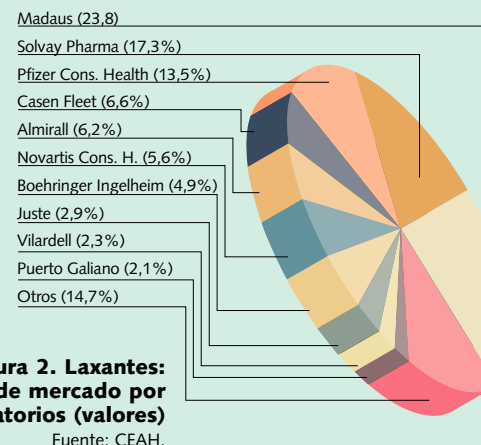
Casen Fleet se situó a continuación, con 2.054.000 unidades vendidas y 4,37 millones de euros de facturación (6,6%). La quin-

ta posición fue para Almirall, con 1.148.700 unidades y 4,09 millones de euros (6,2%), seguido de Novartis Consumer Healthcare, que vendió 963.000 unidades, por un valor de 3,73 millones de euros (5,6%), y Boehringer Ingelheim, con 1.426.000 unidades y 3,26 millones de euros (4,9%).

En las posiciones octava a décima se encuentran Juste, con 1,91 millones de euros (2,9%); Vilardell, con 1,54 millones de euros (2,3%), y Puerto Galiano, con 1,39 millones de euros (2,1%). Estos datos han sido reflejados en la figura 2.



**Fig. 1. Laxantes: cuotas de mercado por subsegmentos (valores)**  
Fuente: CEAH.



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

## Ventas de laxantes

### Otros laxantes

Componen este segmento, el de mayor tamaño, un total de 17 productos comercializados por 14 laboratorios distintos. Las ventas anuales ascendieron a 5.338.000 unidades, por un importe aproximado de 19,60 millones de euros.

### Cuotas de mercado por marcas

La primera posición del ranking fue para *Duphalac* (Solvay Pharma), con 3.268.000 unidades y 11,48 millones de euros (58,6%). El segundo lugar correspondió a *Emportal* (Novartis CH), con algo más de 733.000 unidades y un montante de 3,17 millones de euros (16,2%).

Les siguen, en tercera y cuarta posición, respectivamente, *Oponaf* de Juste (431.000 unidades y 1,91 millones de euros, esto es, un 9,7%) y *Movicol* de Norgine (118.000 unidades y 679.000 euros o un 3,5%).

En quinta posición está *Lactulosa Level* (Ern), con 227.000 unidades y 666.000 euros, 3,4%. En sexta, *Belmalax* (Belmac), con 170.000 unidades y 536.000 euros (2,7%). A continuación figuran *Emuliquen Laxante* de Lainco, con 408.000 euros (2,1%); *Casenglicol* de Casen Fleet, con 327.000 euros (1,7%); *Klean Prep* de UCB, con 240.000 euros (1,2%); *Omesal* de Rubió (0,4%); *Fosfoevac* de Bohm (0,3%) y *Laxante Olan* de Pérez Giménez (0,2%). La figura 3 muestra estos datos.

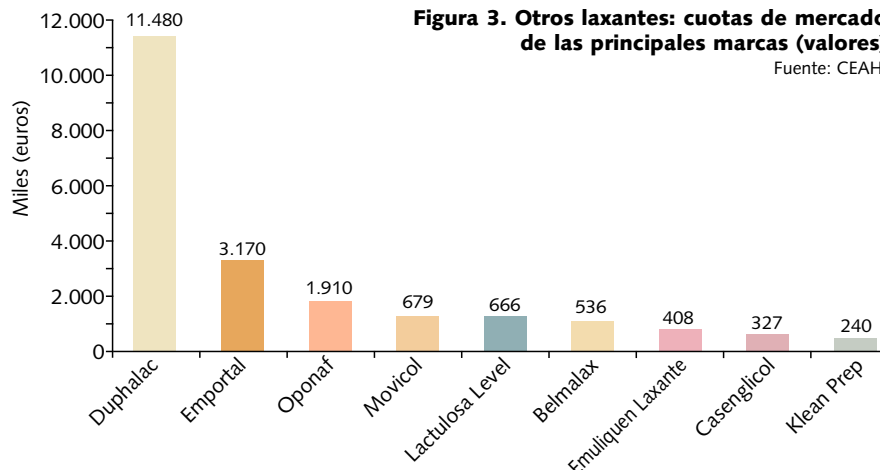


Figura 3. Otros laxantes: cuotas de mercado de las principales marcas (valores)

Fuente: CEAH.

### Laxantes incrementadores del bolo intestinal

En este subsegmento están presentes 11 productos de 9 laboratorios, con 5.575.000 unidades vendidas y unos 17,29 millones de euros de facturación.

### Cuotas de mercado por marcas

*Plantaben* (Madaus) fue, con diferencia, la marca más vendida. Consiguió casi las tres cuartas partes de las ventas en valor (11,10 millones de euros, 64,2%) y un 71% de las unidades (3.958.000). En segundo lugar se sitúa *Agiolax*, también de Madaus, con 600.000 unidades y 3,51 millones de euros (20,3%).

El tercer puesto es para *Cenat* (nuevamente de Madaus), con 1,15 millones de euros (6,6%). Le siguen *Plantago Ovata Davur*, con 675.000 euros (3,9%); *Biolid* (Gineladius), con 363.000 euros (2,1%), y *Metamucil* (Procter & Gamble), con 263.000 euros (1,5%) (tabla 1).

### Supositorios y enemas laxantes

En las farmacias españolas se vendieron, durante el período estudiado, 7.237.000 unidades de supositorios y enemas laxantes, con 14 productos comercializados. Las ventas totales ascendieron a 14,58 millones de euros.

### Cuotas de mercado por marcas

La marca más vendida, tanto en unidades como en facturación, siguió siendo *Supositorios de Glicerina Rovi* (Pfizer). Concretamente, fueron 2.934.000 unidades y 5,70 millones de euros (39,1%) facturados.

La segunda posición fue para las cañuletas *Micralax* (Pfizer), con 1.105.000 unidades y 3,24 millones de euros (22,2%), y la tercera, para *Enema Casen* (Casen Fleet), con 1.729.000 unidades y 2,56 millones de euros (17,5%).

*Supositorios de Glicerina Vilardell* se hicieron con el cuarto lugar, vendiendo 695.000 unidades y 1,54 millones de euros (10,6%). Le siguieron los *Supositorios de Glicerina Cuve* (Pérez Giménez), con 198.000 unidades y 408.000 euros (2,8%).

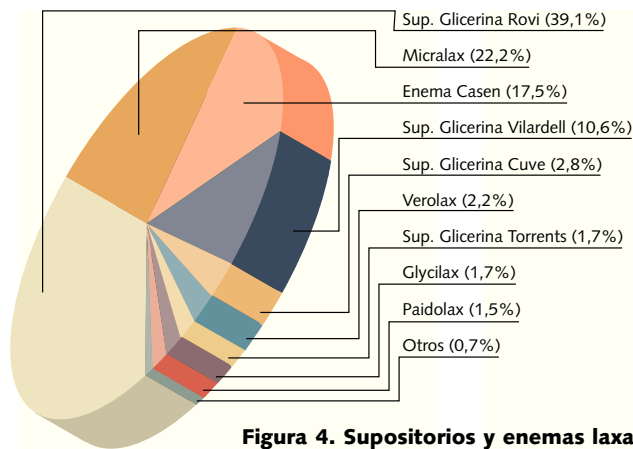
A continuación figuran *Verolax* (Farma Lepori, 315.000 euros, 2,2%), *Supositorios de Glicerina Torrents* (Dr. Torrents, 249.000 euros, 1,7%), *Glycilax* (Pan Química Farmacéutica, 244.000 euros, 1,7%) y *Paidolax* (Casen Fleet, 219.000 euros, 1,5%).

En la figura 4 puede apreciarse la distribución de las ventas en este subsegmento.

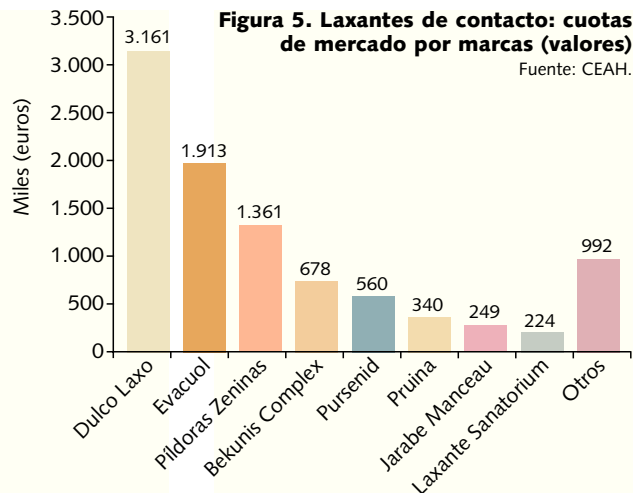
Tabla 1. Incrementadores del bolo intestinal: cuotas de mercado por marcas

	Unidades (000)	%	Euros (000)	%
Plantaben	3.958	71,0	11.101	64,2
Agiolax	600	10,8	3.512	20,3
Cenat	426	7,6	1.145	6,6
Plantago Ovata Davur	289	5,2	675	3,9
Biolid	151	2,7	363	2,1
Metamucil	62	1,1	263	1,5
Otros	89	1,6	227	1,3
<b>Total</b>	<b>5.575</b>	<b>100,0</b>	<b>17.286</b>	<b>100,0</b>

Fuente: CEAH.



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



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

## Laxantes de contacto

El grupo de los laxantes de contacto cuenta con 29 productos de 21 laboratorios y unas ventas totales anuales de 4.072.000 unidades y 9,48 millones de euros.

### Cuotas de mercado por marcas

Encabeza la lista *Dulco Laxo* (Boehringer Ingelheim), con 1.390.000 unidades y 3,16 millones de euros (33,4%). La segunda posición es para *Evacuol* (Almirall), con 713.000 unidades y 1,91 millones de euros (20,2%).

*Pildoras Zeninas* (Puerto Galiano) fue la tercera marca, con sus 835.000 unidades y sus 1,36 millones de euros de facturación (14,4%).

Les siguen: *Bekunis Complex* (Diafarm), con 136.000 unidades y

678.000 euros (7,2%); *Pursenid* (Novartis), con 230.000 unidades y 560.000 euros (5,9%); *Pruina* (Faes), con 91.000 unidades y 340.000 euros (3,6%); *Jarabe Manceau* (Sociedad Farmacéutica de Alza), con 140.000 unidades y 249.000 euros (2,6%), y *Laxante Sanatorium* (Sanatorium), con 131.000 unidades y 224.000 euros (2,4%).

Por encima del 1% en valor cabe también citar a *Laxante Bes Aloico* (Bescansa), *Puntual* (Lainco), *Alofedina* (Coll Farma), *Contumax* (Casen Fleet), *X Prep* (Meda) y *Gutalax* (Boehringer Ingelheim) (fig. 5).

## Laxantes salinos

Componen este modesto segmento un total de 7 productos de otros tantos la-

boratorios. No llegaron a un millón las unidades vendidas, por un montante de 4,58 millones de euros.

### Cuotas de mercado por marcas

*Eupeptina* y *Almirall* se hicieron con casi la mitad de las ventas: 427.000 unidades y 2,16 millones de euros (47,1%). El resto fue para *Fosfosoda* (Casen Fleet), con 1,07 millones de euros (23,4%); *Solución Evacuante Böhm*, con 683.000 euros (14,9%); *Laxante Salud* (Boots Healthcare), con 388.000 euros (8,5%), y *Magnesia San Pellegrino* (Seid), con 272.000 euros (5,9%).

## Laxantes emolientes

Este segmento clásico, de tamaño casi simbólico hoy día, lo componen dos laboratorios con sus respectivos productos: *Hodernal* de Rottapharm, con 418.000 euros (220.000 unidades), y *Emuliquen Simple* de Lainco, con 173.000 euros (94.000 unidades). □

## Bibliografía general

CGCOF. Catálogo de Especialidades Farmacéuticas. Madrid: Publicaciones del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos; 2006.  
Esteva E. Trastornos de la función intestinal. Diarrea y estreñimiento. *Offarm*. 2004;4:70-8.

## El consejo del farmacéutico ante el estreñimiento

La petición de consejo en las farmacias por problemas de estreñimiento es muy frecuente, y aunque no se trata de una enfermedad grave, padecerla puede resultar muy molesta. A menudo, la situación puede ser resuelta con unos simples consejos dietéticos y de estilo de vida, consistentes en aumentar el consumo de productos naturalmente ricos en fibra y la práctica de algún tipo de ejercicio. En otros casos, puede ser necesario recurrir a incluir en la dieta suplementos de fibras disponibles en nuestra oficina.

Con frecuencia, el paciente comenta que ha probado ya todo esto, y que no ha sido suficiente. Entonces cabe 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 u observamos algún otro síntoma que parezca sospechoso, se remitirá el paciente al médico, para descartar que la alteración del ritmo evacuatorio pudiera estar relacionada con algún trastorno orgánico. □

### Bibliografía de consulta a texto completo en [www.doymafarma.com](http://www.doymafarma.com)

- Puigdemívil C, Balboa A, Mearin F. Calidad de vida en los pacientes con estreñimiento funcional. *Gastroenterol Hepatol*. 2004;27:32-8.
- Verdejo C. Protocolo diagnóstico y terapéutico del estreñimiento en el anciano. *Medicine*. 2006;9:4061-4.