

Buen metabolismo para las ventas de antidiabéticos



Si hace algo más de seis meses esta cabecera se hacía eco del fuerte crecimiento en el mercado de medicamentos y productos para el Aparato digestivo y el metabolismo, puede decirse que esa misma tónica se mantuvo también a septiembre de este mismo año, aunque de manera mucho más contenida para ese mercado tan importante y, especialmente, para su segmento líder de productos antidiabéticos.

Según la Sociedad Española de Diabetes (SED), a cuyo frente está la doctora Anna Novials, en España existen unos seis millones de personas con diabetes, de los cuales aproximadamente dos millones ignoran su condición de salud y riesgos futuros para su discurso vital. De ahí la necesidad de conocer en profundidad el mercado de productos y medicamentos especialmente concebidos para aliviar las consecuencias de lo que muchos expertos ya definen como la gran pandemia del siglo XXI en las sociedades opulentas.

Como recordó recientemente la doctora Novials, noviembre es el mes de la diabetes en el mundo. Una efeméride que este año se dedica especialmente a las mujeres, por ser la parte de la población que recibe una menor atención social cuando padece esta patología, a pesar de sufrir en mayor medida sus consecuencias clínicas y vitales. Con problemas añadidos como el aumento de la prevalencia postmenopáusica y males específicos como la diabetes gestacional. Según la OMS se estima que en el mundo hay 199 millones de mujeres con diabetes, con el riesgo de que sean 313 en el 2040. Un drama que cada año se cobra la vida de 2,1 millones de mujeres en el planeta.

El valor de los datos

La clasificación anatómica, terapéutica y química, ATC, sirve a la multinacional IQVIA para levantar acta de las evoluciones mercantiles en el sector farmacéutico. En este caso, sirve de base para conocer la marcha de las cinco clases terapéuticas del mercado de Aparato digestivo y metabolismo (Top 5), con especial atención a las tres principales compañías que lideran el

segmento de los antidiabéticos (Top 3 Manufacturer). Como en otras ocasiones, las cantidades en valor recogidas en las tablas anejas corresponden a las ventas obtenidas por los laboratorios más vendedores al precio con el que las compañías venden sus medicamentos a las oficinas de farmacia, anotado como Precio de Venta desde el Laboratorio (PVL). Paralelamente, también se recogen aquí las cifras de las ventas registradas en volumen, por miles y millones de unidades. Todo ello durante el periodo que distó entre octubre de 2016 y septiembre de 2017 (MAT o total interanual), a escala nacional (Sell out, NPA).

Gran peso en Aparato digestivo

En los últimos tres años, los productos antidiabéticos no han dejado de ocupar más de la mitad de la cuota de mercado de medicamentos y productos destinados a tratar los problemas y afecciones del Aparato digestivo. Este gran mercado, al que pertenecen los antiácidos, los antiulcerosos, los preparados contra el estreñimiento, los limpiadores intestinales, los antiarréicos, los antiinflamatorios intestinales, los suplementos minerales y las vitaminas, entre otros, además de los citados antidiabéticos, cosechó un buen MAT a septiembre de este año. Concretamente, sus ventas en total interanual después del verano aumentaron un 3,7% en valor, a pesar de retroceder un -1,7% en volumen. Con ello, sus más de 213,3 millones de unidades sacadas al mercado cosecharon más de 1.685,5 millones de euros entre octubre de 2016 y septiembre de 2017. Cifras superiores a las registradas al final del primer trimestre de este año. Ya que, a MAT de marzo, el crecimiento fue del 6,8% en valor, con un incremento de las

**Lantus,
Eucreas
y Janumet
conservan el
liderazgo desde
hace tres
años en
antidiabéticos**

EVOLUCIÓN DEL MERCADO EN VALOR

	Setiembre 2017	Marzo 2017	Enero 2015
Antidiabéticos	4,90%	8,70%	7,20%
Antiácidos, antiflatulentos y antiulcerosos	0%	2,60%	-5,70%
Laxantes y limpiadores del intestino	-0,70%	3,50%	2%
Antiarréicos y antiinflamatorios intestinales	7,20%	8,40%	7,10%
Suplementos minerales	-	2%	-8,40%
Vitaminas	21,30%	-	-
Total Mercado Aparato digestivo y metabólico	3,70%	6,80%	2%

APARATO DIGESTIVO Y METABÓLICO TOP 3 PRODUCTOS

ANTIDIABÉTICOS	ANTIÁCIDOS, ANTI-FLATULENTOS Y ANTI-ULCEROSOS	LAXANTES Y LIMPIADORES DEL INTESTINO	ANTIARRÉICOS Y ANTIINFLAMATORIOS INTESTINALES	VITAMINAS
LANTUS	NEXIUM	DUPHALAC	MEZAVANT	HIDROFEROL
EUCREAS	ALMAX	MOVICOL	PENTASA	DELTUS
JANUMET	PARIET	MICRALAX	SALOFALK	HIDROXIL B12 B6 B1

Fuente: IQVIA, sell out, NPA. Según ventas en euros PVL a MAT 09/2017

ventas en unidades del 1,1%, tal como reportó IQVIA. Lo que supuso registrar hace seis meses unas ventas de 216 millones de unidades de producto cifradas en más de 1.685 millones de euros. Es decir, una diferencia negativa de 2,3 millones de unidades al finalizar el tercer trimestre de 2017, aunque su valor sobrepasó en cerca de 27.000 euros.

Crecimientos por clases

Los antiinflamatorios y antiulcerosos (A02), entre los que volvieron a destacar marcas como Nexium, Almax y Pariet, vieron estancadas sus ventas, al registrar un crecimiento del 0% en valor, compatible con su destacable retroceso en volumen (-3,4%). Similar evolución tuvieron los limpiadores intestinales y los productos para el estreñimiento (A06), con productos tan señeros como Duohalac, Movicol o Micralax, entre muchos otros, que vieron caer colectivamente sus ventas en valor un -0,7% que, no obstante, aún fue superado por su retroceso en volumen (-4,4%). En lo tocante a los antiarrítmicos y antiinflamatorios intestinales (A07), conocidos por sus marcas Mezavant, Pentasa y Salofalk, tuvieron un crecimiento en valor del 7,2%, que invirtió sus cifras en volumen, al experimentar un crecimiento del 2,7% en unidades. Por último las vitaminas, representadas por marcas líderes como Hidroferol, Deltius e Hidroxil B12 B6 B1, subieron con mucha fuerza al Top 5 del mercado de digestivo, al crecer un 21,3% en euros y un 2,9% en unidades.

En Aparato digestivo también cupo destacar a septiembre de este año que, tras el segundo y el tercer trimestre, la clase terapéutica

de las vitaminas (A11) desplazó a los suplementos minerales (A12) de la quinta posición del mercado de Aparato digestivo y metabolismo. Como confirmación de que los mercados farmacéuticos pueden experimentar grandes cambios en poco tiempo.

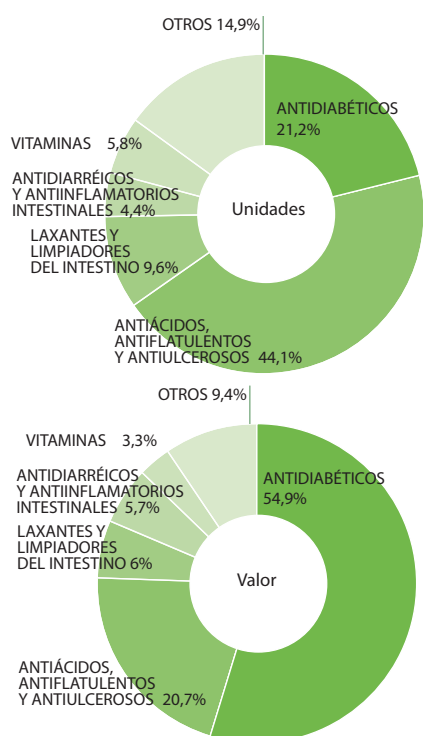
DIABETES Y MUJER, LOS DATOS DE UN PROBLEMA DE SALUD

- 199 millones de pacientes en el mundo
- 2,1 millones de muertes anuales
- Complicaciones de la diabetes más graves que en el varón
- 154% más de riesgo de enfermedad coronaria
- 30% más de riesgo de padecer ictus
- 44% más de riesgo de desarrollar enfermedad renal
- 37% de mortalidad en diabetes tipo 1, por encima de los varones
- Mayor resistencia a los tratamientos con insulina
- Mayor discapacidad tras eventos cardiovasculares graves

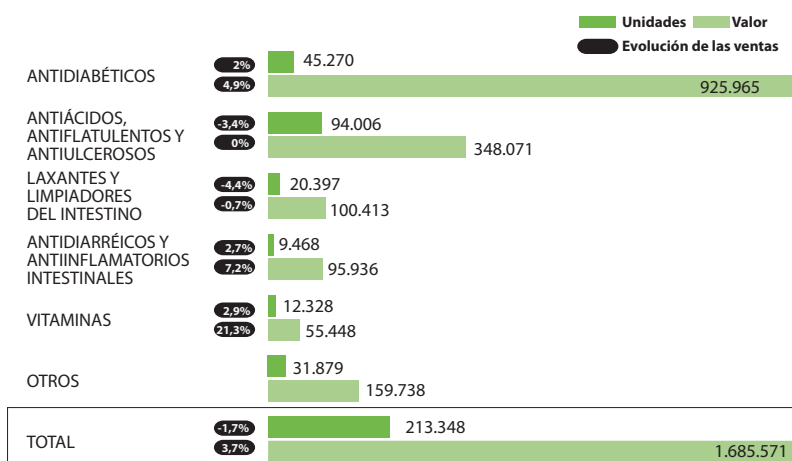
MERCADO APARATO DIGESTIVO Y METABÓLICO

(Octubre 2016 - Septiembre 2017)

CUOTA DE MERCADO



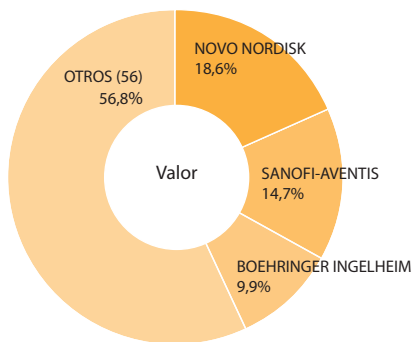
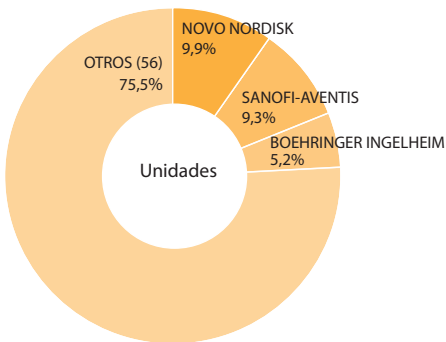
VENTAS en miles



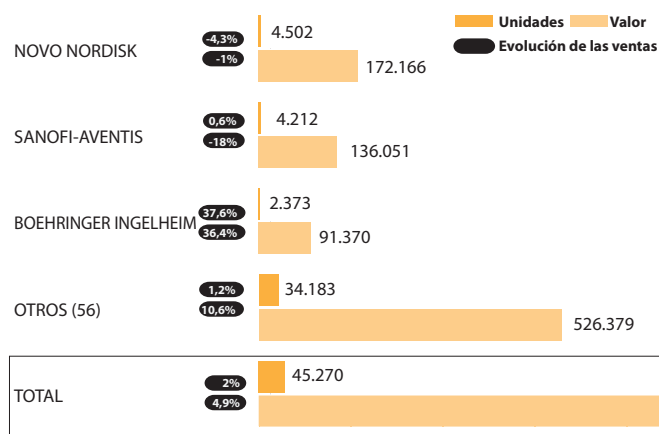
Fuente: IQVIA, sell out, NPA. Valor en euros PVL a MAT 09 / 2017 Elaboración: IM Médico

MERCADO ANTIDIABÉTICOS (Octubre 2016-Septiembre 2017)

CUOTA DE MERCADO



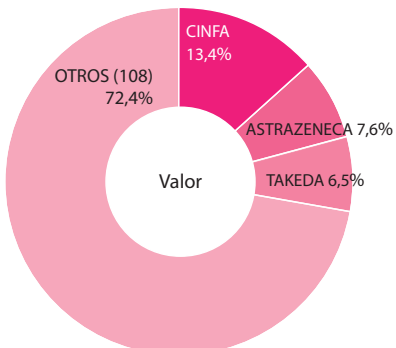
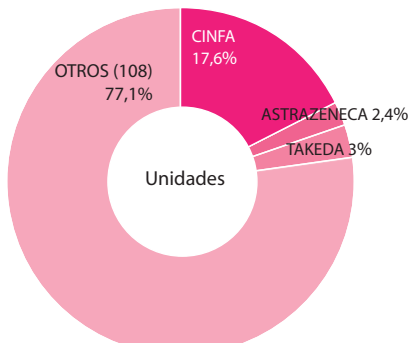
VENTAS en miles



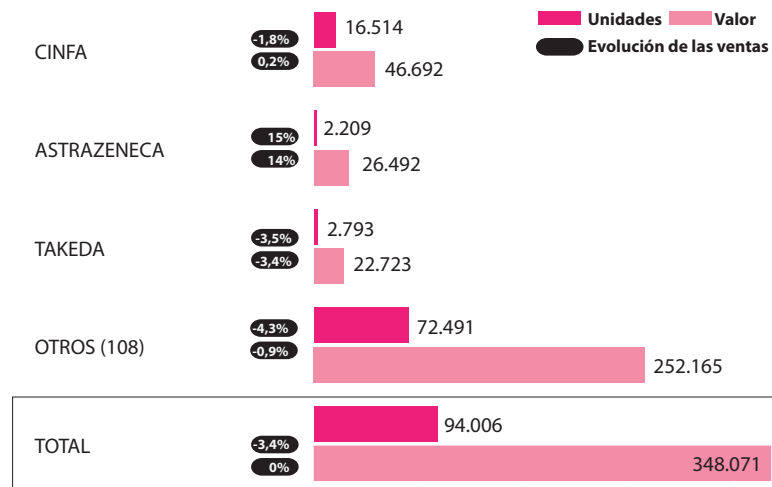
Fuente: IQVIA, sell out, NPA. Valor en euros PVL a MAT 09/2017 Elaboración: IM Médico

MERCADO ANTIÁCIDOS, ANTIFLATULENTOS Y ANTIULCEROSOS (Octubre 2016-Septiembre 2017)

CUOTA DE MERCADO



VENTAS en miles



Fuente: IQVIA, sell out, NPA. Valor en euros PVL a MAT 09/2017 Elaboración: IM Médico

Tirón de mercado

MAT a MAT los antidiabéticos (A10) reeditan su liderazgo en un mercado tan consolidado como el de digestivo. A septiembre de este año, las marcas encabezadas por Lantus, Eucreas y Janumet hicieron crecer su segmento a un ritmo del 4,9%. Un porcentaje que fue inferior al 8,7% observado en marzo de este mismo año, aunque le supusiera mejorar sus ventas en casi 19 millones de euros. De manera que, tras el verano, se vendieron antidiabéticos por valor de casi 926 millones de euros. Tal crecimiento, tuvo su incremento paralelo en volumen, al aumentar un 2%, con la venta de 45,2 millones de unidades, 250.000 más que en marzo de este mismo año. De manera que, a septiembre de 2017, las cuotas de mercado de este segmento quedaron fijadas en el 54,9% en valor y en el 21,2% en volumen.

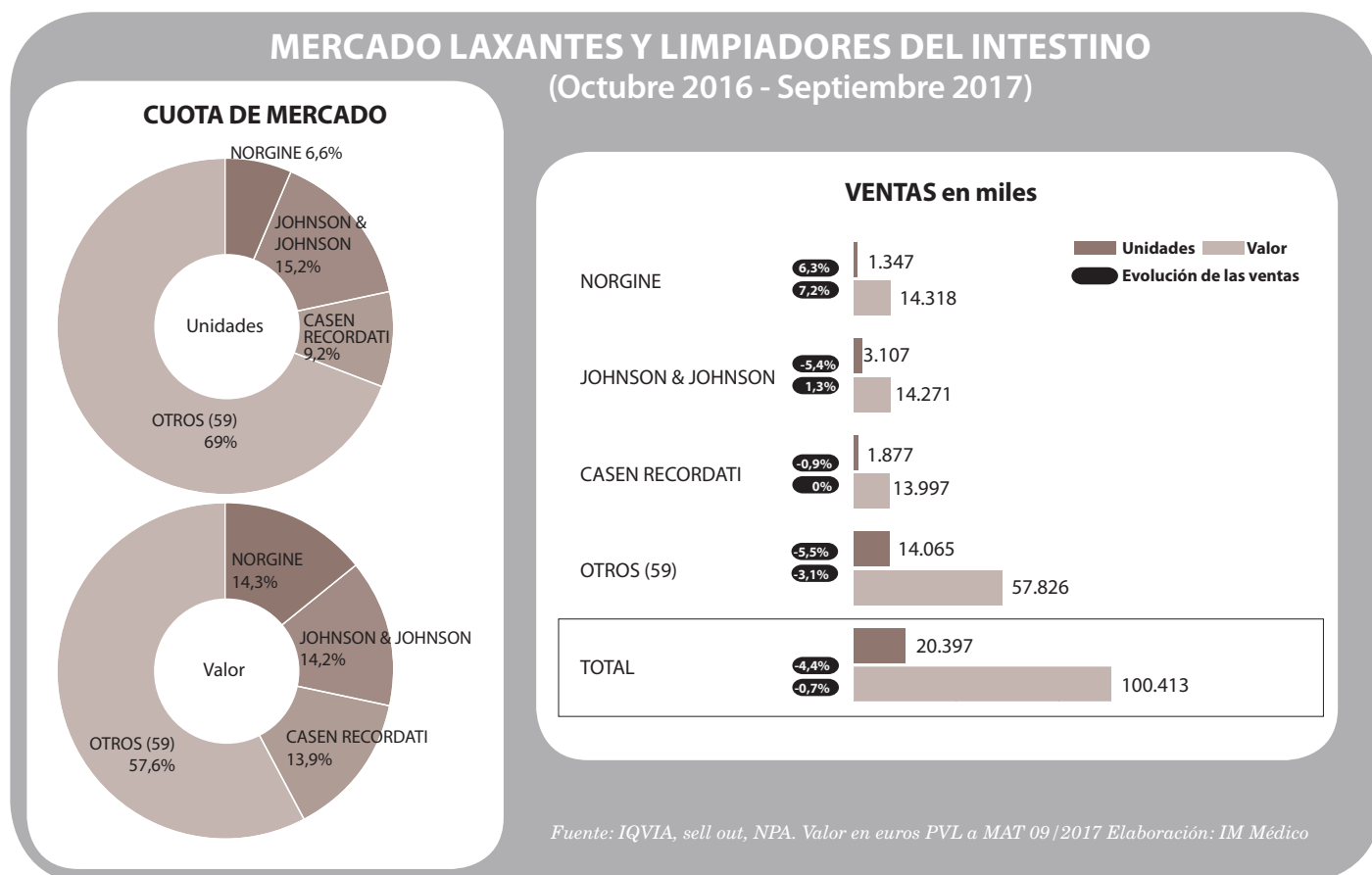
En el análisis del *Top 3 Manufacturer* de esta clase terapéutica, Novo Nordisk Pharm volvió a ser el laboratorio más vendedor, aunque decayó un -1% en valor y un -4,3% en volumen. A pesar de ello, retuvo el 18,6% de la cuota de mercado en la primera magnitud y el 9,9% en la segunda. Porciones mercantiles que le reportaron más de 172 millones de euros al vender algo más de 4,5 millones de envases de producto. Por su parte, Sanofi-Aventis retrocedió aún más que en la primavera de este año (marzo, -12,7%) al caer en valor un -18%, con un tímido crecimiento en volumen del 0,6%. Con ello, conservó el 14,7% de la cuota de mercado en euros y el 9,3% en volumen. Implantación en el mercado que le reportó algo más de 136 millones de euros, equivalentes a más de 4,2 millones de envases vendidos.

En tercer lugar, Boehringer Ingelheim consolidó la tercera posición del ranking, al crecer un magnífico 36,4% en valor, y un todavía más alto 37,6% en volumen. Porcentajes que le situaron en el 9,9% de la cuota de mercado contable y en el 5,2% a efectos de productos físicos vendidos. Cifras que permitieron registrar a este laboratorio unas ventas de más de 91,3 millones de euros, por valor de más de 2,3 millones de cajas vendidas.

Para completar el segmento de antidiabéticos, el grupo Total otros volvió a ser hegemónico, al acaparar el 56,8% de la cuota de mercado en valor y el 75,5% de la del volumen. Las 56 compañías que componen este gran pelotón vieron crecer sus ventas en valor un 10,6% y un 1,2% en volumen, lo que les permitió facturar 526,3 millones de euros, correspondientes a cerca de 34,2 millones de cajas vendidas.

Crecimientos contra pandemias

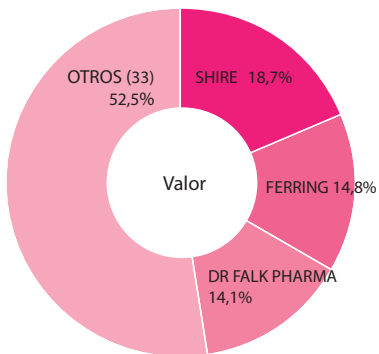
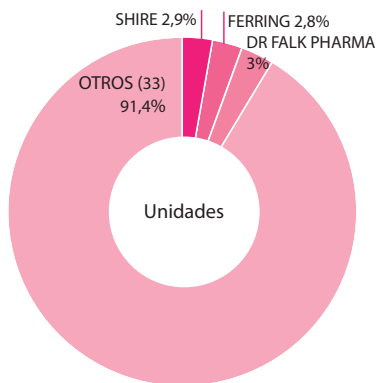
De manera progresiva los antidiabéticos se encaminan a los 1.000 millones de euros en valor, tras su despegue producido a comienzos de 2015 y, muy especialmente, a lo largo de 2016 y en lo que va de 2017. Esto supone un alivio terapéutico para una "situación muy preocupante" a la que se ven abocados millones de ciudadanos, en palabras del *presidente de la Federación de Diabéticos Españoles (FEDE)*, **Andoni Lorenzo**. De manera que la inexistencia de un plan nacional activo contra esta grave patología metabólica, junto a un imparable envejecimiento poblacional, hace prever futuros crecimientos mercantiles de varios puntos a detallar en próximos análisis. +



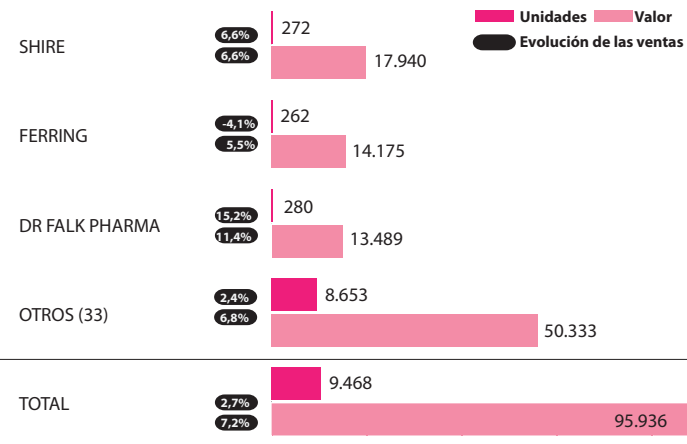
MERCADO ANTIDIARRÉICOS Y ANTIINFLAMATORIOS INTESTINALES

(Octubre 2016-Septiembre 2017)

CUOTA DE MERCADO



VENTAS en miles

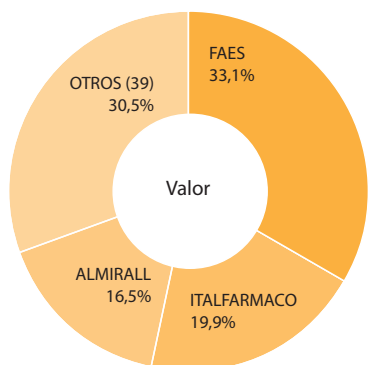
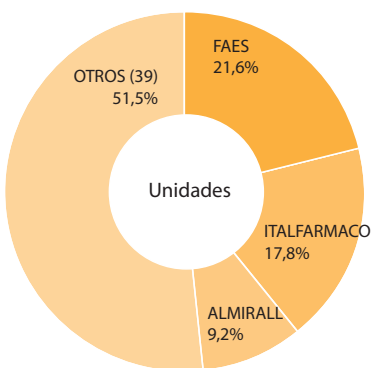


Fuente: IQVIA, sell out, NPA. Valor en euros PVL a MAT 09/2017 Elaboración: IM Médico

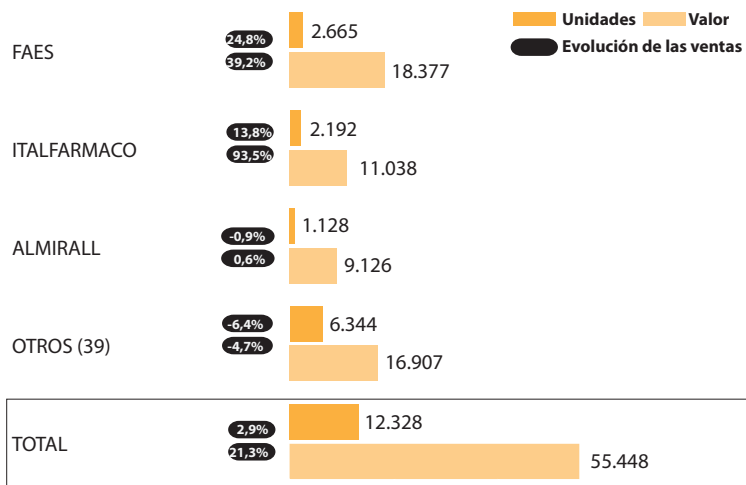
MERCADO VITAMINAS

(Octubre 2016-Septiembre 2017)

CUOTA DE MERCADO



VENTAS en miles



Fuente: IQVIA, sell out, NPA. Valor en euros PVL a MAT 09/2017 Elaboración: IM Médico