

El mercado respiratorio expectora sus peores cifras de ventas

2021 EMPEZÓ CON PEORES DATOS DE VENTAS PARA EL MERCADO DE FÁRMACOS RESPIRATORIOS. A CABALLO ENTRE LA SEGUNDA Y LA TERCERA OLA DE COVID-19, LAS MEDIDAS DE PROFILAXIS DEBIDAS A LA NUEVA ENFERMEDAD Y UNA CLIMATOLOGÍA CADA VEZ MÁS BENIGNA REDUCEN LA DEMANDA DE MEDICAMENTOS EN UN TIEMPO EN EL QUE LA GRIPE PARECE ESTAR AUSENTE. Y DADO QUE, SEGÚN LOS DATOS OFRECIDOS POR LA FIRMA IQVIA, HASTA LOS ANTIHISTAMÍNICOS, ÚNICA CLASE TERAPÉUTICA AL ALZA, PIERDEN ALGUNAS DÉCIMAS, DENTRO DE SU CRECIMIENTO TRADICIONALMENTE SANEADO.

En 2020, año de la pandemia, y durante los primeros 31 días de enero de 2021, el mercado del frío descendió alrededor del -20% en sus ventas, tanto en valor (-19%) como en volumen (-23%), según las cifras aportadas por la firma IQVIA a enero de 2021, a Precio de Venta al Público (PVP). En este declive ininterrumpido del Aparato Respiratorio (R), agravado por el SARS-CoV-2. Todas las clases terapéuticas, salvo la clásica de los antihistamínicos, bajaron también en Precio de Venta desde el Laboratorio (PVL). De forma que productos con y sin receta se vieron arrastrados a unas caídas inéditas hasta comienzos de 2020. Por otro lado, salvaron las cifras de OTC las mascarillas, tanto en el conjunto de 2020, como en el primer mes de 2021, tal

como se confirma en este análisis. Análisis que también recuerda que el Covid-19 se transmite por el aire y ataca severamente las vías respiratorias en un número demasiado abundante de personas.

El secreto está en el aire

El síndrome respiratorio agudo severo (SARS-CoV-2) representa una ruta de transmisión que justifica diferenciar con claridad entre los aerosoles y las gotitas que tienen su origen en la respiración humana. Cuando se trata de entidades mayores de 100 μm , micras (μm) como milésimas partes de un milímetro, dichas gotitas son expulsadas como pequeñas balas en parábola descendente al suelo, que abarca dos metros de sector circular respecto de la persona que habla, tose o estornuda.

De este comportamiento aerodinámico y su capacidad para ser inhalado se deriva riesgo de contagio para las personas que están dentro de esa área y la relativa ausencia de peligro para los individuos que superan esa distancia de dos metros, o seis pies, en medida anglosajona.

Al margen de esta división de trazo un poco grueso, las gotitas oscilan entre una μm y 500 μm , con un diámetro medio que ronda las 10 μm . De forma que las gotas más grandes, cuyo diámetro supera las 100 μm , siguen trayectorias únicamente frenadas por la fuerza de la gravedad y la resistencia aerodinámica. Por su lado, las gotas de tamaño intermedio pueden ser transportadas a distancias destacables, dentro de lo que se llama nube turbulenta multifase. Al tiempo que gotas y partículas más pequeñas, con

diámetros inferiores a las 5 y 10 μm , tienen capacidad para permanecer suspendidas en el aire sin límite de tiempo, salvo que la brisa exterior las desplace o la ventilación intencionada en los espacios cerrados permita su salida al exterior.

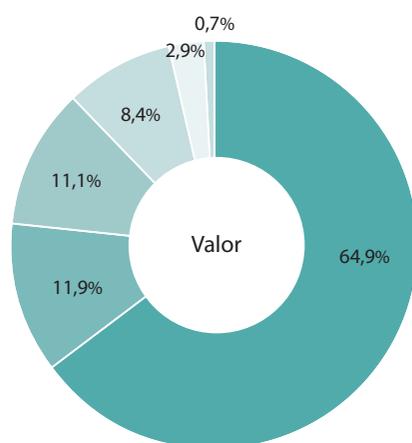
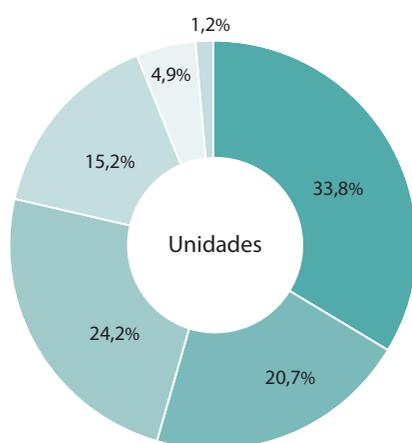
Estas gotas, llamadas de Flügge, en honor del bacteriólogo e higienista alemán que las describió entorno a 1890, **Karl Flügge**, se desprenden violentamente de secreciones como el moco y la saliva que están en el tracto respiratorio y las mucosas al estornudar, toser, espirar o hablar, incluso en voz baja, sin que el sujeto se dé cuenta de ello, salvo ocasiones muy aparatosas. Por su parte, los aerosoles, que tienen un tamaño inferior a las 100 micras pueden permanecer suspendidos en el aire en tiempos que van de los pocos segundos a las horas. Asegurando su permanencia, por ejemplo, en los espacios sin ventilación o en presencia de humo. Siendo propensos también a los fenómenos de superpropagación, cuando las condiciones físicas en las que son liberados al aire amplían el radio de los dos metros de distancia.

A tenor de esta cierta capacidad para viajar, los miles de aerosoles liberados por las personas con SARS-CoV-2, sintomáticas o asintomáticas, ponen el centro de la prevención en evitar esta transmisión aérea. Mediante mascarillas, el distanciamiento social y las medidas de higiene, como el lavado constante de manos y la ventilación de los espacios cerrados.

En este terreno, y como quedó recogido en *The American Journal of Respiratory and Critical Care Medicine*, los profesionales sanitarios, entre los que están incluidos los farmacéuticos por derecho propio, deben estar muy atentos a conocer, aconsejar y prevenir en su caso, situaciones potenciales de contagio. Como explicó el profesor **Rajiv Dhand**, decano de la Facultad de Medicina de la Universidad de Tennessee (EEUU), los aerosoles infecciosos se valen de partículas en suspensión aérea que pueden producir por diversos procedimientos de generación de aerosoles (AGP), ya sea por nebulizadores de chorro o por succión o intubación traqueal. Dado que la intubación, la broncoscopia y las técnicas de succión generan bioaerosoles infecciosos que disparan la tos y las tasas de infección entre la población asistencial. Algo que no ocurre, por ejemplo, con la oxigenoterapia, las cánulas nasales de alto flujo humidificada, la ventilación no invasiva y la ventilación manual a través de máscara de oxígeno, al ser métodos que permiten una dispersión más alejada del paciente y del personal que

MERCADO APARATO RESPIRATORIO. VENTAS (MAT 01/2021)

Cuota de mercado



- Productos EPOC y antiasma
- Antitusígenos y antigripales
- Antihistamínicos

- Descongestionantes nasales y antiinfecciosos
- Descongestionantes faríngeos
- Resto

	Unidades	Evolución unidades (%)	Valor	Evolución ventas (%)
Productos EPOC y antiasma	37.080	-7,1	645.287	-2,2
Antitusígenos y antigripales	22.667	-46,8	118.371	-46,4
Antihistamínicos	26.610	2,1	110.486	4,4
Descongestionantes nasales y antiinfecciosos	16.720	-18,2	83.936	-14,5
Descongestionantes faríngeos	5.378	-38,0	28.571	-37,5
Resto	1.307	-14,2	6.912	-6,8
Total	109.761	-21,2	993.562	-12,7

Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW Enero 2021.
Periodo consultado: MAT 01/2021 (acumulado de los últimos 12 meses, desde febrero 2020 a enero 2021)
Mercado estudiado: Top 5 subclases del mercado de Aparato Respiratorio
Medidas: unidades vendidas y valores en € PVL (Precio Venta Laboratorio)
Elaboración: IM Farmacias

le atiende.

Según las recomendaciones del Centro para el Control y Prevención de Enfermedades (CDC) de Atlanta, en EEUU, es necesario evitar procedimientos que irriten las vías respiratorias para no estimular toses o estornudos violentos que amplíen la exposición a aerosoles infecciosos en las personas situadas en las inmediaciones más próximas. Al tiempo que, si se usan ventiladores mecánicos se deben emplear filtros en el puerto de exhalación del ventilador o mediante máscara de oxígeno. Mientras que los pacientes que respiran de forma normal deben usar mascarilla quirúrgica. Siendo preferible que las personas infectadas permanezcan en dependencias individuales. Dado que las partículas que no son filtradas en nariz y orofaringe, por ser más pequeñas, salen a gran velocidad en los estornudos y toses, con potencial para infectar a personas algo más alejadas. Mientras que, una vez ya dentro del nuevo huésped, pasan por la corriente del aire hasta los pulmones, donde se depositan según su tamaño, en función de distintos mecanismos patogénicos.

Mascarillas blockbusters

Las mascarillas faciales obstruyen los chorros respiratorios al actuar como medio de barrera para los chorros respiratorios cargados de gotas. Para elegir el mejor material y diseño con los que confeccionarlas, se emplea la visualización cualitativa de toses y estornudos, mediante una bomba manual de 500 ml, pero también del hablante en situación de normalidad. Pruebas industriales en las que también se emplean máquinas de humo y niebla artificial que permiten conocer los chorros respiratorios expulsados desde la bomba, a imitación de la persona que tose o estornuda. Mientras que las partículas trazadoras son una mezcla a cuatro partes de agua destilada y una de glicerina. Para observar la entrada de las gotas en una persona tipo, recreada en 3D, con tubos de vinilo transparente que hacen las veces de vías aéreas.

Superado el primer año de pandemia, las mascarillas ya se han convertido en una extensión casi natural de la cara, por lo que las autoridades recomiendan productos de este tipo que sean autofiltrantes homologadas, para cubrir totalmente nariz y boca con objeto de bloquear el acceso del patógeno a las vías respiratorias y, opcionalmente, con válvula para exhalar el aire respirado, debidamente filtrado.

En términos contables, las mascarillas se incluyen en las clases OTC de productos Misceláneos (57K) y Aparatos quirúrgicos (57E), tipologías que lograron mayores facturaciones y crecimientos a MAT de 01/2021 y del propio mes de enero de este mismo año. Entendido OTC como "Over The Counter products", subsegmento de Consumer Health (CH), que engloba a medicamentos sin prescripción médica, EFPs o especialidades publicitarias, y de Consumo. Donde el segmento PAC, corresponde a los productos para el cuidado de los pacientes (PAC), en el que se incluyen las referidas mascarillas.

En el MAT de enero de 2021, las mascarillas, encuadradas en el grupo de los productos misceláneos para la salud, sumaron 582 millones de euros a PVP, con un crecimiento del 5.352,5%, mientras que el grupo en el que se encuadran las mascarillas quirúrgicas cosechó 347,8 millones de euros, tras crecer el 15.525,2%.

En una tendencia que también se extendió a lo largo de todo enero

de 2021. Dentro de la cual, los productos misceláneos aumentaron sus ventas en 83,5 millones de euros a PVP, tras crecer el 4.660,3%. Mientras que las mascarillas que integran los dispositivos y elementos quirúrgicos acumularon 10,2 millones de euros, mediante un fuerte crecimiento del 1.915,3%.

Analítica rigurosa

A continuación, y partiendo de los datos ofrecidos por la firma IQVIA, se comentan las ventas registradas en el mercado de fármacos para el Aparato Respiratorio (R), dentro de la red de farmacias de todos los territorios. El análisis se centra en el año móvil total (MAT), que discurrió entre febrero de 2020 y enero de 2021, acotado como MAT 01/2021. Dichas ventas se anotaron cada mes a escala nacional (Sell Out Monthly, NPA) con reparto entre los principales cinco grupos terapéuticos, o Top5 subclases. Cada una de las cuales, incluyó su propio Top 3 Manufacturer con las tres compañías más vendedores en orden de cuota de mercado en valor a Precio de Venta desde el Laboratorio (PVL), y no a PVP como se explicaba arriba para las ventas exclusivamente de OTC. Como magnitudes y parámetros, las cifras y porcentajes se dividen en valores (euros, PVL) y volúmenes (unidades o envases). Para reflejar las cantidades exactas en las tablas anejas y establecer los crecimientos y decrecimientos habidos respecto al período anterior (%PPG), con anotación de las respectivas cuotas de mercado (%MS) alcanzadas en el periodo estudiado.

Se añade, además, información sobre el grupo Total Otros Respiratorio y los grupos Total Otros de cada subclase terapéutica. Además de las tres marcas más vendedoras de cada una de ellas, Top3 Brands, en las que no hubo variaciones de posición respecto a diciembre de 2020. Como nota destacable de este análisis, se aportan datos de la clasificación ATC, Anatómica, Terapéutica, Química, para las subclases R01, R02, R03, R05 y R06, a PVL, por un lado; y, por el otro, cifras de OTC a PVP.

Situación nada desahogada

Dentro del período consultado, MAT 01/2021, se consigna el acumulado de los últimos 12 meses hasta enero 2021. Para confirmar que el mercado de fármacos para el Aparato Respiratorio (R) encajó mayores retrocesos en un solo mes, respecto a diciembre de 2020. Sin aire para crecer, porque su caída en valor fue del -12,7% a enero de 2021, confirmando la ya muy acusada pendiente sufrida el año anterior. Con ese dato en valor, su cifra de ventas se acercó levemente a los 993,6 millones de euros. Paralelamente, su desplome en volumen fue del -21,2%, al no alcanzar los 110 millones de unidades dispensadas. Aparte de las cinco clases terapéuticas de este mercado, y dentro del conjunto de medicamentos para otras indicaciones agrupadas en el capítulo Total Otros, el descenso fue del -6,8% en valor, dentro de una cuota de mercado de apenas el 0,7%, equivalente a algo menos de 7 millones de euros. Mientras que el desplome se dobló (-14,2%) en volumen, hasta alcanzar unas ventas de poco más de 1,3 millones de unidades, sujetas a una cuota de mercado del 1,2%.

Menos recorrido en Asma y EPOC

Si entre 2019 y 2020 los fármacos para el Asma y la EPOC (R03) pasaron de crecer el 1,31% a bajar un -0,4%, en valor, las cosas no empezaron mejor en el arranque de 2021. Como refirió IQVIA con sus datos, esta subclase decreció el -2,2% en euros, a pesar de incrementar su cuota de mercado hasta el 64,9%, casi dos puntos más que en diciembre de 2020 (63%), hasta acercarse a los 645,3 millones de euros contabilizados en el inicio del presente año en curso. Tal retroceso fue

más acusado en volumen, porque se produjo una caída del -7,1%, dentro de una cuota de mercado del 33,8% en esta magnitud, correspondiente a poco más de 37 millones de unidades dispensadas. El conjunto de las numerosas compañías que forman el grupo Total Otros, experimentó una contracción en ventas del -3,8%, para ceñir su cuota de mercado al 45,6%, mediante unas ventas que no alcanzaron los 295 millones de euros. Semejante caída se hizo más grande en volumen (-10,8%), dentro de una cuota del 44,1%, equiparable a algo más de 16,3 millones de unidades dispensadas.

El Top3 Manufacturer de los medicamentos para el asma y la EPOC acumuló el 55,4% de la cuota de mercado (%MS) de su segmento. En el mismo, Glaxo Smith Kline, GSK, repitió como primera compañía de este ranking de tres para el tratamiento de estas patologías respiratorias tan prevalentes. Algo posible tras crecer el 3,8% en valor en el primer mes de 2021, levemente por debajo de lo visto un mes antes (4,8%). De forma que ganó dos décimas en su cuota de mercado, que quedó ubicada en el 22%, después de haber obtenido unas ventas superiores a los 144,1 millones de euros. Fenómeno opuesto a su bajada en volumen (-4,9%), terreno en el que retuvo una cuota del 29%, una vez que hizo posible la venta de algo menos de 10,8 millones de envases. Por otro lado, desde 2014, GSK no ha realizado ningún lanzamiento para asma o EPOC. En segundo lugar, Boehringer Ingelheim tuvo que lamentar una bajada del -6,6% en valor, dentro de una cuota de mercado (16,2%) correspondiente a una cifra superior a los 104,3 millones de euros. Mientras que, en volumen, la caída fue del -4,5%, una vez confirmada la dispensación de casi 5 millones de euros, en una market share del 13,4%.

Cerró el Top3 Manufacturer también cayendo en valor (-1%) AstraZeneca, en una cuota de mercado de su segmento del 15,9%, con lo que superó los 102,6 millones de euros contabilizados. Junto a un idéntico descenso en unidades (-1%), porcentaje ajustado a una cuota del 13,5% con una cifra inferior a los 5 millones de envases entregados a los usuarios de las farmacias. Como ya se supo en diciembre de 2020, un mes más tarde, Symbicort, Spiriva y Foster repitieron ranking como marcas más vendedoras en valor dentro de su subclase. Mientras que se produjo un descenso en la venta de medicamentos para el asma como el Bromuro de ipratropio, la Budesónida, la Fluticasona y el Formoterol, por la Orden de precios de referencia que entró en vigor el pasado 1 de enero de 2021.

Sin solución para gripes y toses

Los antitusígenos y antigripales (R05), que doblaron pérdidas al finalizar 2020, tampoco corrigieron el rumbo al terminar el primer mes de 2021. Al haber pasado de caer el -35,1% a desplomarse el -46,4%, quedando su cuota de mercado en un 11,9% que rondó los 118,4 millones de euros a PVL. En paralelo, su volumen encajó una fuerte bajada del -46,8%, equivalente a más de 22,6 millones de envases dispensados, en una cuota de mercado del 20,7% en esta magnitud. El grupo Total Otros también sufrió un fuerte descalabro (-48,1%), a pesar de retener una cuota de mercado del 47,4%, al superar los 56 millones de euros y aproximarse a la venta de casi 11 millones de unidades de medicamento. Debido a que, también en volumen, su retroceso fue de -48,7%, dentro de una market share del 48,2%.

El Top3 Manufacturer supuso el 52,3% del segmento R05 y significó confirmar en sus puestos a las tres compañías que configuran el ranking de esta subclase desde 2017. Como primera compañía, Johnson&Johnson vio como sus ventas en valor se precipitaron el -46,1%, a pesar de superar los 24,7 millones de euros en una cuota de mercado del 20,8%. A la vez que la contracción fue del -48,3%, una vez que únicamente se dispensaron algo más de 3,7 millones de unidades, en una market share del 16,4%. También fueron muy malos los resultados de Zambon, compañía que experimentó una fuerte bajada del -40,8% en valor y del -40,5% en volumen, con sendas cuotas de mercado del 19,8% y el 20,6%, respectivamente, una vez que se vendieron algo más de 4,6 millones de unidades, valoradas en una cifra inferior a los 23,5 millones de euros. En tercera posición, Cinfa fue la compañía que más retrocedió en ventas, tanto en valor (-48,4%) como en volumen (-46,7%). De forma que su cuota de mercado en euros fue del 12% y del 14,8% en unidades. Porciones de segmento que reservaron a esta compañía unas ventas de casi 14,2 millones de euros correspondientes a menos de 3,4 millones de unidades entregadas a los pacientes. Reeditaron su liderazgo contable en euros a PVL las tres marcas de antitusígenos y antigripales Frenadol Complex, Fluimucil y Flutox, en ese mismo orden.

Antihistamínicos, crecer un poco menos

Los medicamentos Antihistamínicos (R06), y sus tres generaciones de fármacos, volvieron a ser la única subclase del mercado respiratorio en crecimiento, aun perdiendo algunas

décimas en el último MAT analizado, el pasado mes de enero. Así fue que los antihistamínicos de uso respiratorio registraron un 4,4% de crecimiento en valor al completar el primer mes de 2021, levemente inferior al 4,7% visto en el último mes de 2020. Dentro de una cuota de mercado destinada al aparato respiratorio del 11,1% en la que ubicaron los casi 110,5 millones de euros anotados en ventas. En contraste con una porción mercantil del 24,2% en volumen, después de crecer el 2,1% en esta magnitud, con la venta de algo más de 26,6 millones de envases de antihistamínicos. Respecto al grupo Total Otros, mantuvieron un crecimiento del 1,1% en valor, solo tres décimas por debajo del dato registrado en diciembre de 2020. Razón que vendría explicada por una menor movilidad de la población debida a la pandemia de Covid-19 y, por tanto, también por una menor exposición a los alérgenos externos a los domicilios de las personas afectadas por las alergias. Este conjunto de otras compañías, retuvo el 52,4% de cuota de mercado en valor y el 69,4% en volumen, a pesar de retroceder en ventas de unidades el -0,3%. Con lo que, a la postre, se dispensaron durante el período estudiado cerca de 18,5 millones de envases, valorados en su conjunto en casi 58 millones de euros. En el otro tipo de compañías principales, agrupadas en el Top3 Manufacturer, se confirmó el 47,6% de su segmento, este pasado mes de enero de 2021, con repetición en su puesto de las tres mismas corporaciones del año anterior. En primer lugar, Faes Farma pasó de crecer el 8% en diciembre de 2020 a hacerlo el 7,3% en enero del año en curso, dentro de una cuota del 22,4% y tras realizar unas ventas por valor de más de 24,7 millones de euros. Resultando también saneado su crecimiento en volumen (7,5%), 8 décimas menos que en el análisis anterior, en referencia con una cifra superior a los 3,1 millones de unidades, en una market share del 11,7%.

En el caso de Almirall, segunda compañía de este selecto ranking, el fenómeno fue a la inversa, y se pudo crecer el 10,3% en enero de 2021, frente al 9,7% del mes anterior. Aunque la cuota de mercado en valor se quedó en el 15,9%, aun superando los 17,5 millones de euros. También crecieron más los antihistamínicos en volumen (8,9%), hasta superar los 3,5 millones de envases vendidos, en una porción de su segmento del 13,4%. En tercera instancia, Menarini también aumentó respecto a diciembre de 2020, hasta crecer el 8%, ajustándose a una market share del 9,3% correspondiente a más de 10,2 millones de euros. Al sumar también dos décimas de ventaja, hasta

crecer el 7,3% en volumen, en una cuota de mercado del 5,5%, igual a sus casi 1,5 millones de envases vendidos. La tríada más vendedora en cuota de mercado en valor fue nuevamente la compuesta por Bilaxten, Ebastel e Ibis.

Mayor taponamiento nasal

Los descongestionantes y antiifeciosos nasales (R01), lamentaron una caída en valor del -14,5%, compatible con una cuota de mercado del 8,4% y unas ventas próximas a los 84 millones de euros. En sintonía con una bajada del -18,2% en volumen, ajustada a una market share del 15,2%, por más de 16,7 millones de cajas de envases dispensados. El grupo Total Otros también tuvo un acusado descenso (-18,6%), dentro de una abultada cuota de mercado en su segmento (52,8%) que supuso elevar las ventas significativamente por encima de los 44,3 millones de euros. Mientras que, en unidades, el retroceso fue del -23,4%, correspondiente a cerca de 9,4 millones de envases vendidos, en una cuota de mercado del 56,2%.

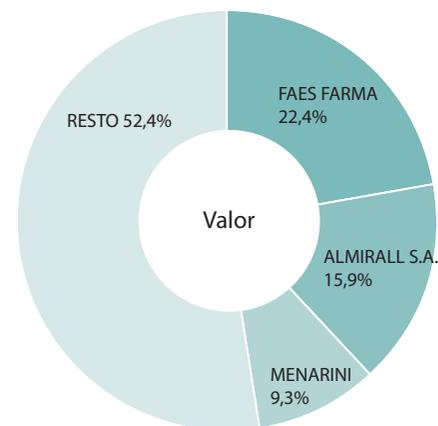
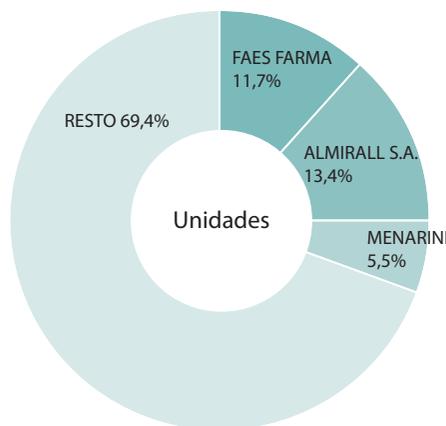
En lo relativo a las compañías líderes, agrupadas en el Top3 Manufacturer, estas tres corporaciones sumaron el 47,2% de su segmento. Con GSK a la cabeza, cuya primacía no fue suficiente para evitar caer el -6,7% en valor, dentro de una cuota de mercado del 21,6%, al superar levemente los 18 millones de euros en ventas, correspondientes a menos de 2,5 millones de unidades dispensadas, tras experimentar una caída del -8,1% en esta magnitud, con una market share del 14,6%. Cinfa también vio contraídas sus ventas en euros (-9,0%), sin alcanzar del todo una porción del 15% en su segmento (14,9%), inferior a la registrada en volumen (19,8%), al dar salida desde las oficinas de farmacia a más de 3,3 millones de unidades de producto. MSD completó este Top3 Manufacturer de los descongestionantes nasales, a pesar de descender el -15,1% en volumen, porcentaje equiparable a una cuota de mercado del 10,8%, con unas ventas sensiblemente situadas por encima de los 9 millones de euros. Cantidad monetaria abonada por los pacientes en concepto de más de 1,5 millones de envases de medicamentos, registro que cayó, como en valor, el -15,1%, en un espacio de mercado del 9,4%. Así mismo, las tres marcas que lideraron el Top3 Brand volvió a ser el mismo que desde 2017: Avamys, Respibien y Nasonex.

Sin respiro para los fármacos faríngeos

Como segunda subclase con mayor desplome en euros y unidades, los descongestionantes faríngeos (R02) tuvieron que lamentar un fuerte retroceso del -37,5% en valor, den-

MERCADO ANTIHISTAMÍNICOS (R06). VENTAS (MAT 01/2021)

Cuota de mercado



	Unidades	Evolución unidades (%)	Valor	Evolución ventas (%)
FAES FARMA	3.111	7,5	24.737	7,3
ALMIRALL S.A.	3.555	8,9	17.563	10,3
MENARINI	1.476	7,3	10.256	8,0
RESTO	18.468	-0,3	57.930	1,1
TOTAL	26.610	2,1	110.486	4,4

Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW Enero 2021
 Periodo consultado: MAT 01/2021 (acumulado de los últimos 12 meses, desde febrero 2020 a enero 2021)
 Mercado estudiado: mercado antihistamínicos (R06)
 Medidas: unidades vendidas y valores en € PVL (Precio Venta Laboratorio)
 Elaboración: IM Farmacias

tro de su escasa participación en el mercado respiratorio (%MS, 2,9%). Cuota que aún les permitió contabilizar unas ventas superiores a los 28,5 millones de euros, por valor de los cerca de 5,4 millones de unidades dispensados, en una cuota de mercado del 4,9%, a pesar de haberse precipitado un -38,0% en la curva de ventas. En lo que respecta al grupo Total Otros de los descongestionantes faríngeos, su desplome fue igualmente acusado (-35,5%), dentro de una modesta cuota de mercado (29,0%) y al no haber alcanzado los 8,3 millones de euros en ventas. Cifra correspondiente a una cuota de mercado del 30,9%, una vez que se vendieron cerca de 1,66 millones de envases en las oficinas de farmacia, tras experimentar una caída en volumen del -37,1%.

En el Top3 Manufacturer de las compañías que fabrican y comercializan descongestionantes faríngeos, y que acumula el 71% de su subclase terapéutica, Reckitt Benckiser pasó en un solo mes de caer el -31,1% a hacerlo el -38,6%, observado por IQVIA este pasado mes de enero de 2021. Un valor para el que salvó una cuota de mercado del 37,4%, equivalente a cerca de 10,7 millones de euros en ventas. En paralelo a una ponderosa contracción en

volumen (-38,4%), que se cuantificó en cerca de 1,9 millones de unidades de product dispensado, en una todavía sólida market share del 35,1% en esta magnitud. Por su lado, Sanofi Aventis, que ya había caído el -29,6% en valor el pasado mes de diciembre, cayó aún más en enero de 2021 (-37,9%), dentro de una cuota de mercado del 27,8%, parangonable a unas ventas que superaron los 7,9 millones de euros. Mientras que su volumen se contrajo el -38,0%, con unas ventas levemente superiores a los 1,5 millones de envases, en una cuota del 28,1% de su subclase terapéutica.

En la misma pendiente, Alfasigma comprimió sus ventas el -37,7% en valor y el -40,5% en unidades, con sendas cuotas de mercado del 5,8% y el 5,9%, respectivamente. Al valorarse en algo más de 1,6 millones de euros sus 319.860 envases adquiridos por los pacientes en las farmacias del país, como señal de precios unitarios todavía altos en sus productos. En esta quinta subclase que completa el ranking principal del mercado respiratorio, según clasificación ATC, las tres marcas con mayor cuota de mercado por sus ventas en valor fueron, como en anteriores MATs, Strepsils, Lizipaina y Strefen. +