

# El cuidado de los ojos mira a un mercado en expansión

CON VENTAS QUE SE ACERCAN A LOS 224 MILLONES DE EUROS EN EL MERCADO DEL CUIDADO OFTÁLMICO, LAS FARMACIAS PONEN LA VISTA EN PRODUCTOS DE GRAN POTENCIAL PARA SU FACTURACIÓN. AL SUBIR EN VALOR Y VOLUMEN, COMPAÑÍAS COMO FARLINE, CINFA O BRILL PHARMA TAMBIÉN MUESTRAN UNA NUEVA PANORÁMICA EN EUROS Y UNIDADES DISPENSADAS.

**D**esde las farmacias con sección de óptica y también desde el resto de las oficinas, los farmacéuticos vigilan atentamente la salud de los ojos de los ciudadanos. Como recuerda la vocalía de la especialidad dedicada a los órganos de la visión y la acústica del Consejo General de Colegios de Farmacéuticos (CGCOF), la salud entra por los ojos y es mucho lo que puede hacer cada farmacéutico para preservar la calidad de vida de las personas en este sentido.

## **Anticiparse a la DMAE**

Partidaria de los ejemplos prácticos, dicha vocalía pone el acento en la Degeneración Macular Asociada a la Edad (DMAE), patología

degenerativa que afecta a 700.000 personas en España junto a un importante número de población sin diagnosticar. En general, esta condición de salud aparece en el 30% de los mayores de 70 años. Razón por la que el CGCOF estima que el farmacéutico comunitario es el agente de la salud imprescindible para asesorar a las personas con sospecha de DMAE y, en su caso, derivar a los servicios de Atención Primaria y Oftalmología.

Para avanzar en esta función sanitaria y social, la vocalía de óptica y acústica ofrece a los farmacéuticos un informe técnico y sendas infografías para los profesionales y los ciudadanos, en ambos casos con apoyo en redes sociales. Instrumentos necesarios para promover la prevención, incrementar la detección precoz de la DMAE y otras patologías oculares y, además, velar por la adherencia a los tratamientos de los pacientes ya diagnosticados. Actitud y ejercicio que se traduce en tres niveles de intervención: la promoción de la salud ocular, la educación sanitaria, el cribado de factores

de riesgo, la detección de la patología y la mejor farmacoterapia puesta al servicio de cada paciente en tratamiento.

De cara a anticiparse al daño ocular manifiesto y provocado por esta enfermedad degenerativa, progresiva y crónica propia del envejecimiento que se caracteriza por la destrucción gradual de la visión central al incidir en la parte de la retina que se denomina mácula, las farmacias de calle están en línea con los ciudadanos. En su evolución, la DMAE reduce la agudeza por el detalle en la visión central, con distorsión de líneas y objetos, además de provocar la pérdida de la visión en color y la sensibilidad al contraste. La visión pierde, por tanto, competencia en esa zona y dificulta tareas cotidianas como leer o conducir. Además de causada por la edad, a partir de los 50 años la DMAE se puede ver potenciada por la existencia de antecedentes familiares, el hábito tabáquico y su riesgo multiplicado de dos a cinco veces, además de la obesidad y la exposición prolongada al sol.

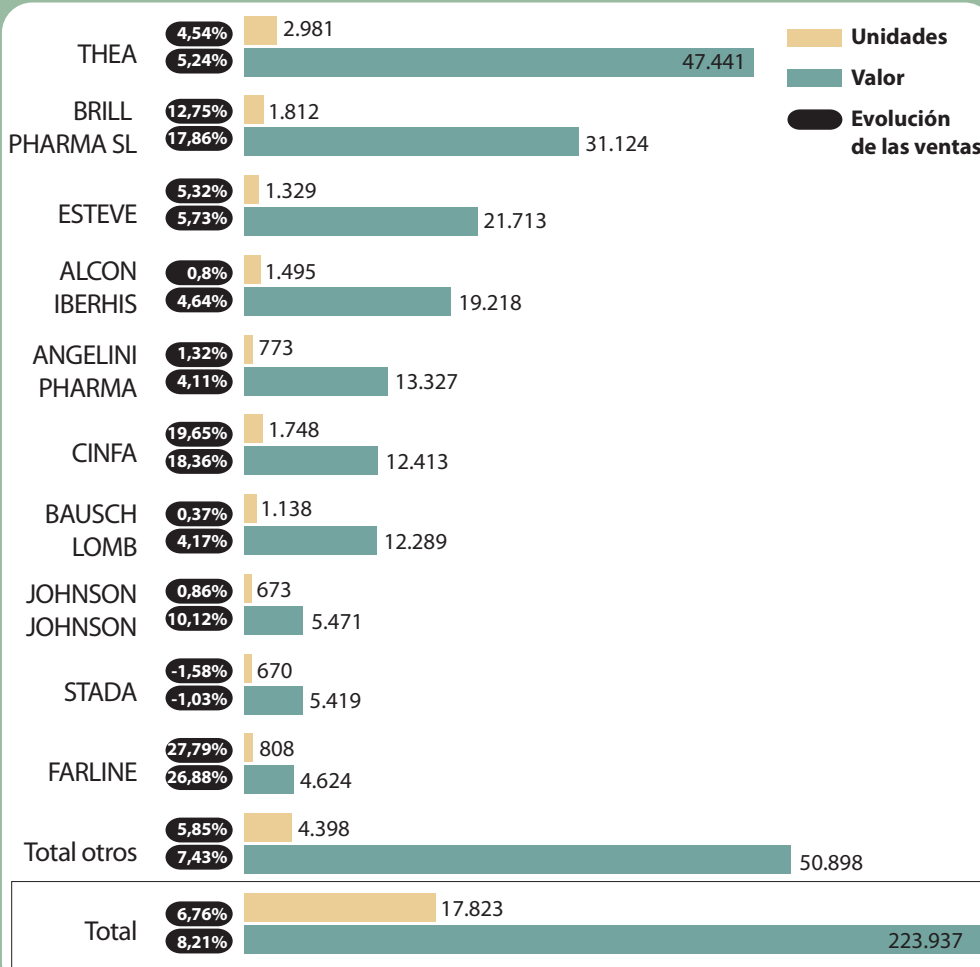
Básicamente, la DMAE se divide en seca o atrófica, que es la más frecuente (85%) y que se distingue por la visión borrosa; y la DMAE neovascular, húmeda o exudativa, que es la más grave y de más rápido desarrollo, cuando los vasos sanguíneos que hay debajo de la mácula crecen de forma desordenada y conllevan pequeñas hemorragias que hacen que la persona perciba las líneas rectas como onduladas en la parte central de la visión. Algo que se puede detectar fácilmente mediante la rejilla de Amsler.

### También en blefaritis

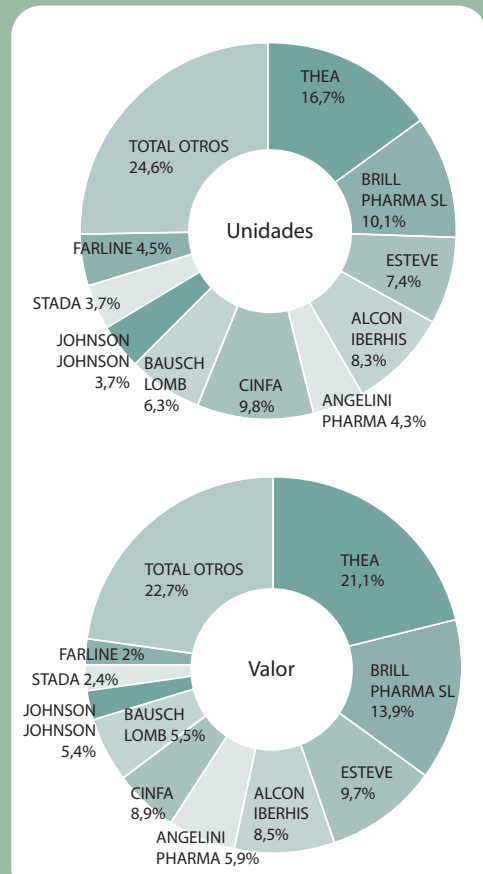
Otra de las patologías que no es ajena a los farmacéuticos es la blefaritis, que puede ser causa del ojo seco. Un síndrome que ya es primera causa de consulta al oftalmólogo, al fallar la lubricación y la humectación en la superficie

## LAS GOTAS OFTÁLMICAS LLENAN EL TOP5 MARCAS PARA EL CUIDADO DE LOS OJOS

### MERCADO CUIDADO OFTÁLMICO (07A) VENTAS (MAT 01/2022)



### Cuota de mercado



Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW Enero 2022. Mercado estudiado: Clase OTC2 07A CUIDADO OFTÁLMICO. Medidas: unidades y valores en € PVP (Precio Venta Público).

Top 10 (€PVP) manufacturer según ventas en valores €PVP en España. Periodo consultado: MAT 01/2022, comprende desde febrero 2021 a enero 2022. Elaboración: IM Farmacias

## Ejercicios oculares para la fatiga visual



del ojo por deficiente secreción en las glándulas de Meibonio, situadas en la parte espesa de los párpados. Fenómeno que puede llevar de la irritación ocular poco trascendente a la inflamación de mayor entidad, sin descartar erosiones en la superficie frontal del ojo.

Según datos de la Sociedad Española de Superficie Ocular y Córnea (SESOC), padece ojo seco el 21,6% de la población mayor de 40 años en España y en mayor proporción dentro del grupo de las mujeres. Estando su génesis muchas veces en la exposición continuada ante pantallas como la televisión o los ordenadores y móviles.

Ante la blefaritis, que se presenta con la inflamación de los párpados, se producen fenómenos de ojos rojos, llorosos, sensación de arenilla, escozor y ardor, con sensación de párpados pegajosos y visión borrosa. Dentro de un aumento de casos confirmado desde que empezó la pandemia de Covid-19 debido al uso continuado de las mascarillas. Y sin obviar otros momentos propicios del año para esta patología como son la transición del verano al otoño y del invierno a la primavera, en coincidencia con cambios en la climatología y la entrada en acción de los alérgenos.

Junto a la edad, el sexo femenino y la Disfunción de las Glándulas de Meibomio (DGM), el problema también se produce con el síndrome

## Óptica y farmacia, la unión hace la fuerza

Además de los productos destinados al cuidado oftálmico, son diversas las ventas resultantes de unir la actividad de óptica a la farmacéutica:

- Diferenciación y valor de la farmacia
- Diversificación de servicios
- Afluencia de nuevos clientes en busca de soluciones, productos y consejo
- Más productos que ofrecer
- Más ventas cruzadas

Para optar a estas ventajas, los expertos recomiendan:

- Comprobar el interés de los clientes habituales
- Reservar un espacio de la farmacia para la óptica
- Realizar campañas de salud ocular
- Programar la actividad según la estacionalidad
- Formación del farmacéutico como óptico optometrista o contratación de un profesional

de Sjögren y las patologías que afectan al tejido conectivo. Aunque también inciden favorablemente a su desarrollo el nivel bajo de andrógenos, el uso de lentillas, la terapia hormonal sustitutiva, la contaminación, el síndrome del edificio enfermo y la sequedad ambiental. Sin olvidar otras posibles causas o factores adyuvantes como el trasplante de células progenitoras hematopoyéticas o el uso de antidepresivos y antihistamínicos.

Para su tratamiento, aparte de las recurrentes lágrimas artificiales, el doctor **Nabil Ragaiei Kamel** apuesta como solución definitiva mediante tratamiento con luz pulsada de alta frecuencia (*Intense Pulsed Light*, IPL), láser que, aplicado a los párpados, evita la cirugía y mejora la circulación sanguínea por activación de las terminaciones nerviosas de las aludidas glándulas de Meibonio. Estrategia que podría decir adiós al uso de los colirios en aquellos pacientes a los que se aplique.

### Leer la cartilla

Las gafas de lectura para la presbicia, o vista cansada, también se mantienen durante la pandemia como ayuda a las personas que superan los 40 años de edad y ya no tienen un cristalino como antaño. Son productos que mejoran la visión y percepción de los objetos, de manera fácil y económica. Al ofrecer graduaciones fijas, su uso es apto para distintas personas con la misma necesidad. Disponibles en oficinas físicas y a través de compra online desde farmacias, suelen ofrecer un catálogo amplio. En cualquier caso, los farmacéuticos recomiendan gafas de cerca con filtros para contrarrestar la contaminación azul de las pantallas, la luz ultravioleta y los molestos brillos que dificultan la lectura.

Como cabía esperar, el confinamiento debido al Covid-19 incrementó la demanda de este tipo de gafas, tan asociadas al ocio doméstico. La limitación de movimientos al interior del domicilio durante meses, hizo que los ojos se acostumbraran a las distancias cortas con la consiguiente falta de ejercicio para el músculo ciliar responsable de enfocar la visión. Con la única solución en esos momentos de mirar a lo lejos desde la



ventana o salir a pasear, cuando era posible. Y sin dejar de acudir al óptico-optometrista siempre que se encuentre motivo para ello. Un consejo que siempre resulta pertinente. También avezado en conceptos esenciales para la salud de los ojos, el farmacéutico distingue entre la presbicia ya comentada y la fatiga visual. Mientras la primera va asociada al cumplimiento de los años, la otra es esporádica, se acompaña de ojos doloridos y enrojecidos, sequedad, picor y, en ocasiones, también dolor de cabeza. Este segundo tipo es la réplica del organismo ante el sobre esfuerzo al que se puede someter a los ojos, por fijación prolongada de la vista en objetos muy próximos. Algo que hoy es de lo más habitual por el uso de ordenadores y otros

dispositivos electrónicos portátiles. Hasta el punto de que se puede llegar a llamar síndrome visual informático. Fundamentalmente porque la concentración estática hace que caiga la frecuencia de parpadeo y los ojos no se lubriquen convenientemente. De forma que surge el picor, la sensación de arenilla o cuerpo extraño dentro de los párpados y el reflejo de rascado o frotamiento que sólo empeora la situación. Momento, por tanto, inexcusable para recurrir a las lágrimas artificiales de venta en farmacias.

### De las lentes a las lentillas

Aunque sólo uno de cada diez personas que usan lentillas las compran en las farmacias, los ciudadanos saben que pueden hacerlo desde

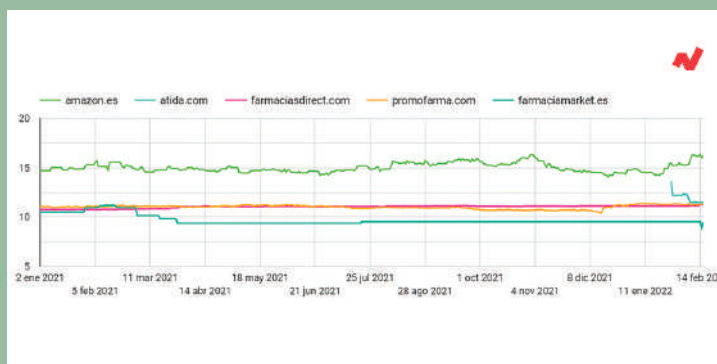
la prescripción actualizada junto a productos también necesarios como los líquidos acuosos específicos.

En un estudio realizado por Alcon, se destaca que la comodidad es la principal ventaja de las lentes de contacto para 8 de cada 10 usuarios, aunque la mitad asume como inevitable alguna pérdida de confort y el 81% reconoce que ese es el principal motivo para dejar de usarlas. Desde esa premisa, la compañía presentó sus lentillas Total30, cuya superficie 100% de gradiente acuoso ofrece un colchón de humedad al ojo durante un mes, gracias a su tecnología biomimética Celligent. Según el estudio de Alcon, además, el 55% de los usuarios no sienten la confianza necesaria con su óptico para hablar de la comodidad de sus lentes.

## Categoría de óptica

Se divide en 13 subcategorías más

Según el estudio realizado por Netrivals (que encontrarán en la página 160 de esta revista), esta es la evolución de los precios medios correspondientes a la categoría de óptica durante el periodo que va de enero de 2021 a febrero de 2022, en los 5 ecommerce analizados.



1. Farmaciasdirect.com mantiene su precio medio en la categoría óptica. Aunque se ve que hay un leve incremento del mismo, es de menos de 0,30€.
2. Amazon.es es la tienda que más cambios realiza a su precio medio. Vemos que empieza en enero de 2021 con un precio medio de 14,69€ y finaliza el estudio con el precio medio más elevado: 16,31€. Es el ecommerce más caro en esta categoría.
3. Farmaciemarket.es empieza con un precio medio de 10,5€, el cual se dedica a bajar durante el análisis hasta alcanzar el precio de 9,53€. Esta tienda es la que tiene los precios más bajos del estudio en esta categoría y también es de las que tiene menos variaciones de precio.
4. Promofarma.com también hace varios movimientos en cuestión de precios ya que su precio medio varía durante todo el análisis, aunque sea poco. Los precios de promofarma.com son bastante parecidos a los de farmaciasdirect.com.
5. En el momento de entrar en escena (enero de 2022), el precio medio de atida.com es de 13,63€, que no tarda en descender hasta los 12,20€. Al finalizar el análisis, el precio medio del ecommerce es de 11,47€, muy parecido al de farmaciasdirect.com y promofarma.com.

### Entre volúmenes y valores

Además de las anteriores precisiones de tipo clínico expuestas arriba, y tomando como punto de vista la metodología Flexview de IQVIA, con datos a National Sell Out Monthly de enero de 2022, se confirma la fase expansiva de la Clase OTC2 07A de productos para el Cuidado Oftálmico. Para conocerla mejor, se desglosan sus cifras y porcentajes de crecimiento según su valor alcanzada a Precio Venta Público (€ PVP) y número de unidades vendidas. Todo ello durante el año total móvil MAT 01/2022, acotado entre febrero de 2021 y enero 2022.

La información se distribuye para ello entre los porcentajes en subida respecto al mismo periodo del año anterior (%PPG), con signo mayoritariamente positivo, y las cuotas de mercado alcanzadas al final del periodo (%Market Share). A partir de esa estructura de análisis pudo comprobarse que el mercado para el cuidado de los ojos creció en su conjunto el 8,21% con la mirada en lograr los 224 millones de euros en ventas, con su paralelo en un incremento de su volumen cifrado en el 6,76% y cuantificado en cerca de 18 millones de envases dispensados.

**FARLINE ALCANZÓ  
UN SOBRESALIENTE  
CRECIMIENTO (26,88%)  
PARA EL VALOR DEL  
CUIDADO OFTÁLMICO**

## Nueve de diez en crecimiento

Según el esquema descrito, el ranking con el Top 10 Manufacturer sobre las ventas en valores a €PVP queda conformado y confirmado como se desarrolla a continuación.

En primer lugar, Théa logró una subida del 5,24% en valor y el 4,54%, que se correspondieron en menos de 47,5 millones de euros y una cifra inferior a los 3 millones de unidades. Dentro de cuotas de mercado que se situaron en el 21,18% (valor) y el 16,72% (volumen). Como es sabido, Laboratorios Théa es responsable de marcas de tanto éxito como Hyabak o Thealoz Duo.

Seguidamente, Brill Pharma anotó un muy solvente crecimiento del 17,86% en valor, equivalente a más de 31 millones de euros y una market share del 13,9%. Complementariamente, y en volumen, su subida fue del 12,75%, dentro de una cuota de mercado del 10,17%, tras la dispensación de más de 1,8 millones de envases.

La tercera posición correspondió a Esteve, que incrementó su valor en el 5,73% y el 5,32% en volumen. Unos porcentajes que se tradujeron en más de 1,3 millones de unidades vendidas por un valor superior a los 21,7 millones de euros.

Siguió Alcon Iberhis a Esteve, después de crecer el 4,64% comprendido en una porción de mercado del 8,58% y una cifra elevada por encima de los 19,2 millones de euros. Al tiempo que, en volumen, su crecimiento se limitó al 0,8%, en una market share del 8,39% y algo menos de 1,4 millones de unidades dispensadas. Además de las novedosas lentillas Total 30, Alcon dispone en el mercado de las reputadas gotas oftálmicas lubricantes Systane.

El quinto puesto fue para Angelini Pharma, que creció el 4,11% en valor y el 1,32% en unidades, con respectivas cuotas de mercado del 5,95 y el 4,34%. Unos porcentajes que se cuantificaron en más de 13,3 millones de euros contabilizados desde la venta de más de 700.000 unidades de producto.

Como sexta compañía del ranking, Cinfa anotó un magnífico crecimiento del 18,36% en valor que le acercó a unas ventas próximas a los 12,5 millones de euros, en una market share del 5,54%. Mientras que, en volumen, tal cuota de mercado fue del 9,81%, superior a los 1,7 millones de unidades dispensadas y gracias a un crecimiento del 19,65% en esta magnitud.

En séptimo lugar, la compañía de raíz norteamericana Bausch+Lomb creció el 4,17% en valor y menos en volumen (0,37%). Esto le supuso aproximarse a los 12,3 millones de euros, con una cuota de mercado encuadrada en el 5,49%. Valor que tuvo su reflejo en volumen en una market share del 6,38% cifrada en más de 1,1 millones de unidades vendidas.

Avanzando en la tabla de mejores compañías, Johnson&Johnson logró crecer el 10,12% en valor y el 0,86% en volumen. Esto supuso a la multinacional registrar unas ventas elevadas por encima de las 670.000 unidades, valoradas en cerca de 5,5 millones de euros. De esta forma, sus cuotas de mercado fueron del 2,44% en valor y del 3,78% volumen. En toda esta corriente de crecimiento en ventas, únicamente quedó descolgada Stada, que decayó el -1,93% en valor y el -1,58% en volumen, dentro de cuotas de mercado del 2,42 y el 3,76%, respectivamente. Con lo que esta compañía no logró la dispensación de 700.000 envases ni una cantidad contable de 5,5 millones de euros.

En último lugar del ranking, a pesar de sumar el mayor crecimiento de este mercado, Farline anotó una excelente subida del 26,88% en valor

que elevó sus ventas por encima de los 4,6 millones de euros, en una market share del 2,07%. Una evolución que superó las 800.000 unidades dispensadas, tras una expansión fijada en el 27,79%, porcentaje ajustado a una cuota de mercado del 4,53%.

El mercado se completó con el resto de compañías externas al Top10 Manufacturer, que creció el 7,43% en valor y el 5,85% en volumen, con cuotas de mercado del 22,73 y el 24,67%. Posiciones que se tradujeron en casi 4,4 millones de unidades dispensadas por valor de cerca de 51 millones de euros.

## Cinco grandes marcas

El ranking con el Top5 productos estuvo liderado por Aquoral de Esteve, solución de gotas oftálmicas en 30 monodosis con cierre para su uso diario, para reestablecer el equilibrio de la superficie ocular y la película lagrimal.

En segundo lugar, se mantuvo Hyabak de Laboratorios Théa, solución estéril de hialuronato sódico al 0,15%. Se trata de un producto hidratante y lubricante de ojos y lentes de contacto que no incluye conservantes y que es apto para las distintas marcas de lentes.

La tercera posición del Top5 Marcas fue para Optiben de Cinfa, producto que está indicado en casos de sensación de sequedad del ojo y otras molestias leves sin importancia patológica, así como en la sensación de quemazón y fatiga ocular inducida, por polvo, humo, calor seco, aire acondicionado, trabajo prolongado ante el ordenador o uso de las distintas lentes de contacto. Sus sobres incluyen gotas oculares lubricantes y estériles que tampoco tienen conservantes. Como cuarta marca de mayor demanda, Systane de Alcon son las ya aludidas gotas oftálmicas lubricantes con fórmula sin conservantes

que se ubicaron en el cuarto escalón del ranking por sus ventas para el alivio temporal del ardor y la irritación causados por la sequedad ocular. Finalmente, y en quinta posición, Thealoz Duo de Théa, solución oftálmica acuosa estéril, sin conservantes, hipotónica y con pH neutro para tratar las molestias, el escozor y la irritación de los ojos.

## Con vistas a mayores ventas

Esta mirada al mercado del cuidado oftálmico concluye, de momento, con la satisfacción que da comprobar la buena marcha de compañías y marcas al servicio de la salud de los ojos. Como sentido más importante para el común de las personas, la vista es considerada un bien merecedor de todas las atenciones, exista o no exista una pandemia. No obstante, los ojos son órganos menos descuidados que otros más olvidados durante los encierros y todas las restricciones a la movilidad de las personas. Razón que explica sobradamente los buenos datos en euros y unidades de compañías como Brill Pharma, Cinfa o, muy especialmente, Farline.

Por todo ello, el cuidado de los ojos desde las farmacias permite experiencias únicas, personalizadas y eficaces, así como oportunidades para las ventas cruzadas como, por ejemplo, empezar a vender lentes de contacto además del líquido de las lentillas.

Así mismo, y para tranquilidad de los pacientes y usuarios, también reconforta el grado en que avanza de la cirugía de ojos, desde modalidades como la refractiva, la de presbicia, la de cataratas, la de retina, la de oftalmología pediátrica y el estrabismo, la de glaucoma, la de córnea, la cirugía plástica ocular, la de ojo seco y también la de neurooftalmología. +

STADA FUE LA ÚNICA  
COMPAÑÍA EN  
LAMENTAR UNA CAÍDA  
EN VALOR (-1,03%)  
Y VOLUMEN (-1,58%)