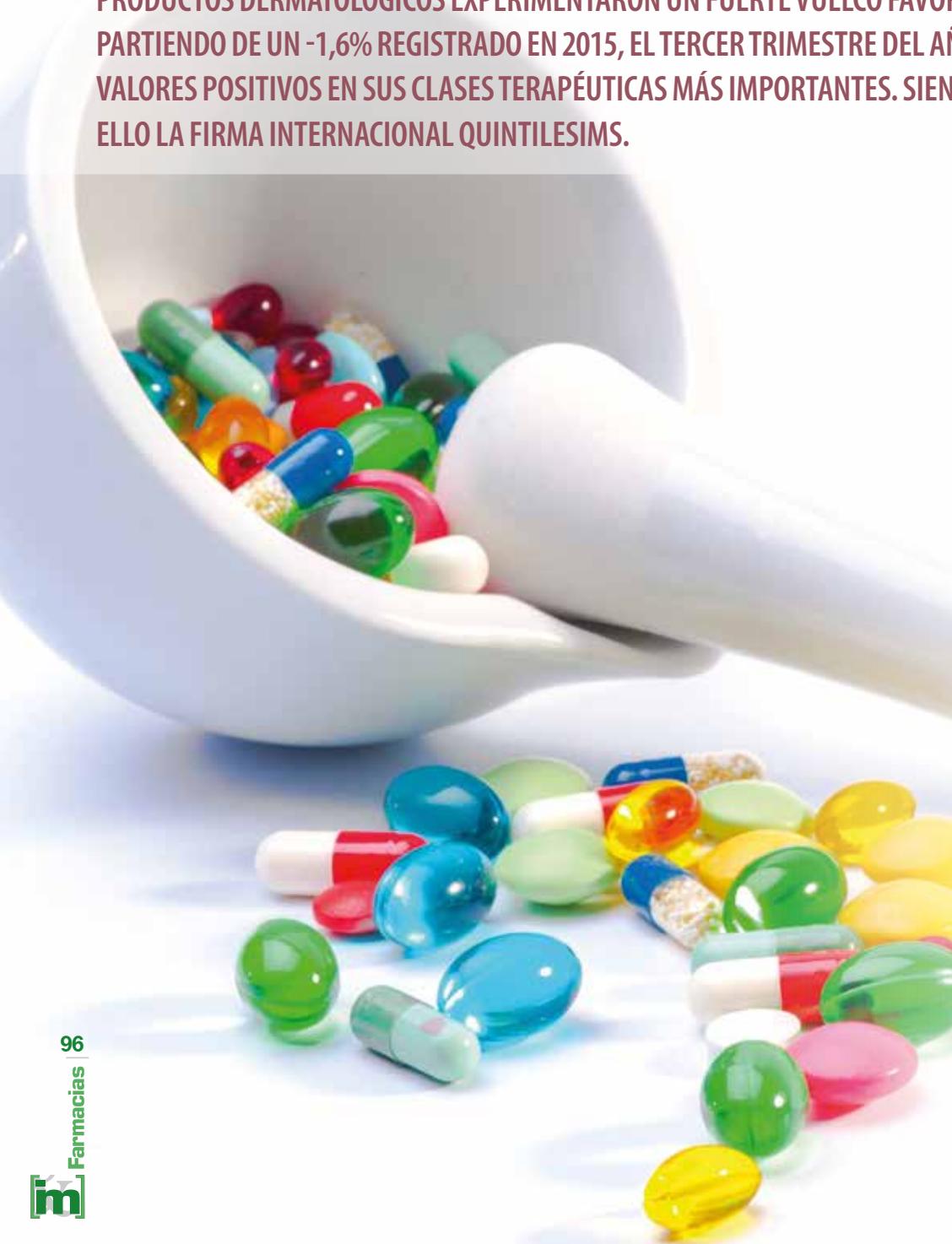


Nueva vida para el Mercado Dermatológico

DE MAT A MAT, EL PASADO MES DE SEPTIEMBRE LAS VENTAS DEL MERCADO DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS DERMATOLÓGICOS EXPERIMENTARON UN FUERTE VUELCO FAVORABLE DE TENDENCIA. PARTIENDO DE UN -1,6% REGISTRADO EN 2015, EL TERCER TRIMESTRE DEL AÑO EN CURSO MOSTRÓ VALORES POSITIVOS EN SUS CLASES TERAPÉUTICAS MÁS IMPORTANTES. SIENDO NOTARIO FIEL DE TODO ELLO LA FIRMA INTERNACIONAL QUINTILESIMS.



Desde estas líneas se busca, además de conocer la evolución comercial del mercado de los medicamentos y productos dermatológicos, resaltar la figura del dermatólogo como médico especialista ampliamente formado, cuyos conocimientos también alcanzan la Cirugía, la Reumatología, la Inmunología, la Neurología, las Enfermedades Infecciosas, la Endocrinología y la Genética; ya que la piel es sensible a múltiples trastornos originados desde todos estos ángulos. El dermatólogo también domina dos importantes subespecialidades, como son la Venerología, dedicada al diagnóstico y tratamiento de las Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS) y la Flebología, dirigida a eliminar o disminuir las dolencias que afectan al sistema venoso superficial. Sin desdeñar en absoluto la Dermatología Cosmética, considerada como una tercera subespecialidad cada día más en boga o la Dermatología Pediátrica, que trata los trastornos cutáneos que aparecen en el curso de la infancia. Como especialista especialmente formado, el dermatólogo tiene a su disposición los fármacos cuyas ventas se comentan en este artículo a la hora de tratar las enfermedades de la piel. Tales como la dermatitis (inflamación a la piel), las infecciones causadas por hongos, por

levadura o por la tinea multicolor; la hipopigmentación o vitíligo, la hiperpigmentación, el acné, el cloracné, los epitelomas y los melanomas, siendo estos dos últimos las formas de Cáncer que pueden desarrollarse en la piel.

Antes, durante y después de la prescripción

Es misión del médico general y del dermatólogo identificar mediante una simple exploración visual toda alteración perceptible en la piel de su paciente. Factores clave como el tamaño, la forma, la textura, el color o la localización de cada anomalía, son tan reveladores como la presencia o ausencia de cualquier otro síntoma o signo. Cuando la atenta observación no es suficiente, el facultativo extrae una pequeña porción de piel para que se pueda emitir un diagnóstico mediante microscopio (biopsia). Si las sospechas van hacia una infección, se realiza un raspado de la zona para su cultivo en laboratorio. La presencia de bacterias, hongos o virus en dicho estudio determina el tratamiento correspondiente. Complementaria o alternativamente a biopsias y raspados, se examina la piel con una lámpara de Wood (luz ultravioleta negra), que detecta anomalías de la pigmentación u hongos. Dentro de la terapéutica se incluyen los tratamientos tópicos y sistémicos cuyas ventas se recogen en este estudio, junto a distintos métodos de fisioterapia especialmente indicados en Dermatología: Crioterapia, Fototerapia, Radiaciones Ionizantes de baja penetración o, en su caso, Cirugía. Entre otras cosas, la especialidad de Dermato-

logía permite borrar cicatrices, rellenar defectos cutáneos mediante microtransferencias de grasa y rejuvenecer la piel del rostro con el uso de tecnología láser.

Cambios en el liderazgo de las ventas

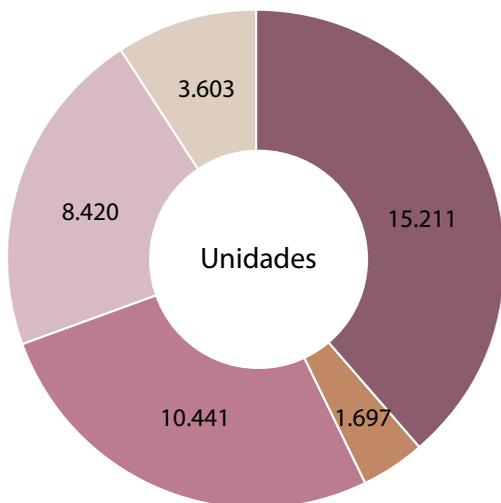
El último año ha sido de cambio profundo dentro del mercado de los medicamentos y productos dermatológicos. Apenas dos de las cinco clases terapéuticas que lideraron el MAT de septiembre de 2015 se mantuvieron entre las cinco primeras en el de 2016. Quedaron fuera del Top5, por tanto en el ejercicio correspondiente a este año, los protectores y emolientes de la piel (D02), los productos cicatrizantes (D03) y los medicamentos antipruriginosos (D04). En cuanto a las dos clases terapéuticas que sí se mantuvieron entre los cinco grupos más vendedores, lo hicieron cambiando de posición. Los Antimicóticos que habían liderado el mercado dermatológico, cayeron a la tercera posición, mientras que los Preparados no Esteroides destinados a tratar los trastornos inflamatorios de la piel, subieron de la quinta y última posición del Top5 en 2015 a la segunda en el MAT de 2016.

Diferentes clases terapéuticas para un mismo órgano

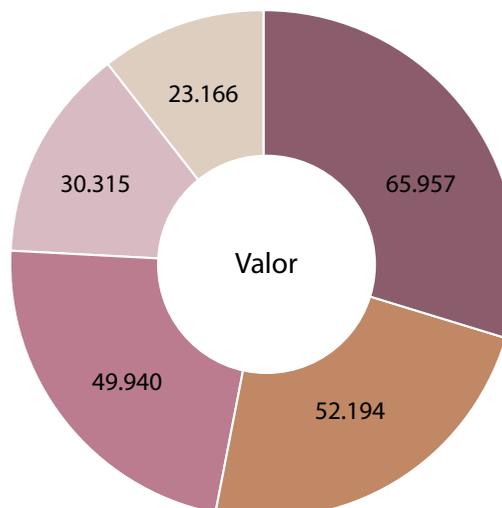
En el presente análisis se da cuenta del incremento de las ventas en las principales cinco clases terapéuticas dedicadas a tratar, corregir o eliminar las patologías destinadas al órgano más grande del organismo: la piel humana. Las ventas de medicamentos y preparados

MERCADO MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS DERMATOLÓGICOS

Ventas en miles. (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



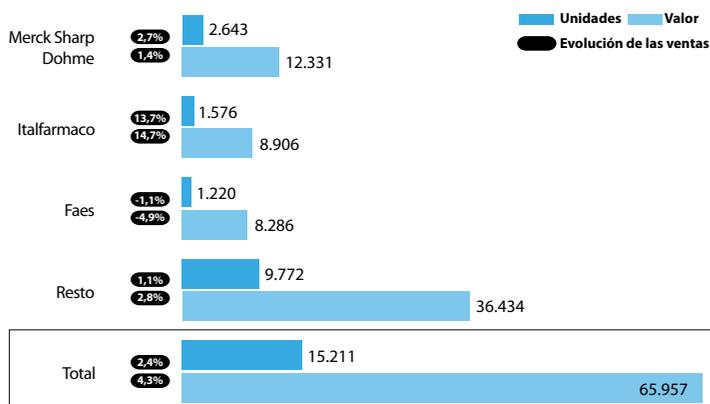
Total mercado
49.994



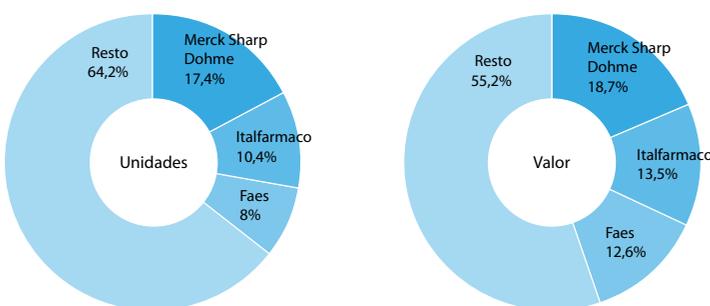
Total mercado
271.377

- Corticoesteroides Tópicos (D07)
- Preparados No Esteroides para trastornos inflamatorios de la piel (D05)
- Medicamentos Antimicóticos Dermatológicos (D01)
- Antibacterianos y Antivirales de uso tópico (D06)
- Productos Antiacné (D10)

MERCADO CORTICOESTEROIDES TÓPICOS Ventas en miles (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



Cuota de mercado (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



Fuente: IMS Health Sell-Out, NPA Categoría D07. Elaboración: IM Farmacias.

para Dermatología estuvieron encabezadas por los Corticoesteroides Tópicos (D07). Estos son los medicamentos más prescritos en Atención Primaria, junto a los antifúngicos en crema o gel. Derivados de la hidrocortisona, su efecto sobre la piel es múltiple: antiinflamatorio, vasoconstrictor, inmunosupresor y antiproliferativo. En este tipo de fármacos se destacan los corticosteroides tópicos suaves, cuya metabolización se produce en la propia piel, para permitir una penetrabilidad en la piel más efectiva, junto a un menor grado de efectos secundarios. En segundo lugar, los Preparados No Esteroides para trastornos inflamatorios de la piel (D05), ofrecen efectos antiinflamatorios, analgésicos y antipiréticos, cuya indicación va dirigida al tratamiento de manifestaciones cutáneas que cursan con dolor e inflamación. Como tercera clase terapéutica en ventas, los medicamentos Antimicóticos Dermatológicos (D01) están indicados para el tratamiento de infecciones fúngicas debidas a hongos filamentosos u hongos dermatofitos y levaduras de los géneros *Candida*, *Cryptococcus* y *Malassezia*. Aunque el número de estos preparados puede

considerarse todavía reducido, son de general aceptación por parte del común de los dermatólogos en función de su mayor selectividad de acción, mayor amplitud de dianas terapéuticas y menor generación de efectos secundarios. Por su parte, los Antibacterianos y Antivirales de uso tópico (D06) inhiben el crecimiento o destruyen microorganismos como virus o bacterias. Se dividen en antisépticos y antibióticos y sus ventajas dependen de su amplitud de espectro de acción, su rapidez y durabilidad de efecto, y su mínima toxicidad, con nula o baja irritabilidad y escasa actividad sobre la flora comensal de la piel. Finalmente, los Productos Antiacné (D10) responden a su propia denominación al incidir sobre espinillas y puntos negros, característicos el acné o exceso de sebo en la piel con dilatación y obstrucción de los poros, provocado por los cambios hormonales de la adolescencia, la fatiga o el estrés.

Medicamentos Dermatológicos (D), crecimientos a flor de piel

Los 113 millones de euros que consiguieron en valor los laboratorios creadores y comercializadores de medicamentos dermatológicos en 2015 (MAT, septiembre) se quedaron cortos frente a las ventas obtenidas un año más tarde. Como se recoge en las tablas anejas a estas líneas, las cinco clases terapéuticas líderes lograron unas ventas de más de 271 millones de euros. Esto supuso alcanzar un crecimiento del 4,2% en valor. Un meritorio crecimiento que fue posible tras dar salida en el mercado a una cantidad de unidades muy próxima a los 50 millones de envases, con un crecimiento del 1,6%. De esta forma, el bloque de los Medicamentos Dermatológicos (D), encuadrado dentro del Sistema de Clasificación Anatómica, Terapéutica, Química (Anatomical, Therapeutic, Chemical Classification System), también denominado código ATC, sirve para que este estudio pueda mostrar los amplios y precisos datos ofrecidos por la multinacional QuintilesIMS. Con ellos, ha sido posible conocer la evolución de los tres principales laboratorios (*Top 3 manufacturer*) de cada una de las 5 clases terapéuticas del *Top5* Dermatológicos. De esta forma, y como en otras ocasiones, se deja registro desde esta cabecera de magnitudes y variables tan destacables como sus cuotas de mercado, sus porcentajes de crecimiento, o decrecimiento, respecto al mismo periodo del año anterior. Magnitudes que con sus variables anotadas para el lapso objeto de estudio se corresponden con los datos nacionales de *Sell Out* (NPA), es decir, a las cifras de ventas en oficina de Farmacia a los pacientes, en términos de Precio de Venta desde el Laboratorio (PVL). Todo ello circunscrito al periodo comprendido entre los meses de octubre de 2015 y septiembre de este año en curso, acotado como MAT 09/2016 (últimos 12 meses).

EL MERCADO DERMATOLÓGICO CRECIÓ EN VALOR (4,2%) Y UNIDADES (1,6%) (MAT 09-2016)

Fuerza polivalente de los derivados de la Hidrocortisona

Dentro de los Corticoesteroides Tópicos (D07), la marca que lideró las ventas en esta clase terapéutica fue Lexxema, a la que siguieron Diprogenta y Adventan. Todos los laboratorios responsables del crecimiento común de esta clase terapéutica prácticamente rozaron los 66 millones de euros en ventas en valor, con una subida del 4,3% y una cuota de mercado del 24,3%. En unidades, se dieron salida en el mercado a más de 15 millones de unidades, lo que supuso el 30,4%

de la cuota de mercado en esta magnitud con un crecimiento del 2,4%, evidenciando unos precios significativamente elevados.

El laboratorio que se puso al frente de los corticoesteroides tópicos fue Merck Sharp Dohme (MSD), a pesar de que su crecimiento en valor sólo fue del 1,4%, superando los 12,3 millones de euros de su 18,7% de cuota de mercado en valor. En unidades, su incremento de ventas fue mayor, ya que se situó en el 2,7%, con un total de más de 2,6 millones de envases dispensados y una cuota de mercado del 17,4%. En segundo lugar, Italfarmaco se acercó a los 9 millones de euros de ventas en valor, con un muy destacable subida del 14,7%

LEO PHARMA OSTENTÓ UN CLARO LIDERAZGO EN PREPARADOS NO ESTEROIDEOS PARA INFLAMACIONES DE LA PIEL

que le otorgó una cuota de mercado del 13,5%. En envases, Italfarmaco superó los 1,5 millones de cajas vendidas, con una expansión similar a la lograda en euros, de un 13,7% y una cuota de mercado en unidades del 10,4%. Cerró la terna líder de su clase terapéutica FAES, que creció un 4,9% con más de 8,2 millones de euros y un 12,6% de cuota de mercado en valor. Esto coincidió con cierto retroceso en unidades, que experimentaron un retroceso del -1,1%, que situó su cuota de mercado en el 8% tras la venta de algo más de 1,2 millones de cajas de medicamentos. Fuera del Top3, con 54 laboratorios fabricantes o comercializadores de corticoesteroides tópicos, el grupo de los Total Otros siguió la corriente de los laboratorios líderes al crecer un 2,8% en valor, con cerca de 36,5 millones de euros y una cuota de mercado del 55,2%. Sus ventas en unidades fueron algo más discretas en crecimiento (1,1%), tras acercarse a los 10 millones de envases dispensados en las oficinas de Farmacia españolas, y un dominio del mercado con una cuota del 64,2%.

Ventas dilatadas en antiinflamatorios no esteroideos

Los preparados no esteroideos para trastornos inflamatorios de la piel (D05) tuvieron como producto más vendedor Daivobet. En segundo lugar se situó Protopic, mientras que en tercera posición se colocó Elidel. Estos medicamentos también fueron los más vendidos a MAT de septiembre de 2015, evidenciando una gran estabilidad en esta clase terapéutica, así como una clara fidelidad prescriptora.

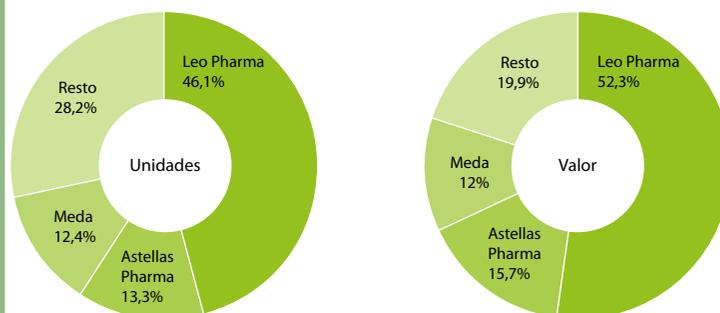
La clase terapéutica de los medicamentos no esteroideos experimentó un crecimiento del 7,7% en valor, superando los 52 millones de euros en ventas y ocupando una cuota de mercado del 19,2%. Esto fue gracias a vender casi 1,7 millones de cajas de medicamentos con una cuota de mercado en unidades del 3,4% tras crecer el 5,5% en esta magnitud. Leo Pharma lideró su categoría después de crecer el 3,6% que le reportó más de 27 millones de euros en ventas y un notable dominio del mercado en valor con una cuota del 52,3%. Cuota que en unidades fue del 46,1%, una vez que el laboratorio creció un 4,3% en unidades, con 782.000 cajas vendidas. A continuación, Astellas Pharma también creció en valor y unidades. En euros su subida fue del 5%, con una cuota de mercado del 15,7% y unas ventas de más de 8,2 millones de euros. En ventas de cajas de medicamentos, el incremento fue del 4,4%, con una cuota alcanzada del 13,3% que se tradujo en la dispensación de 226.000 envases. Completó el Top3 de esta clase terapéutica el laboratorio Meda, que creció en valor un 12,3% que le situó en el 12% de la cuota de mercado, con unas ventas

de algo menos de 6,3 millones de euros. En unidades, su crecimiento fue del 14,7%, tras dar salida en el mercado de 211.000 envases, con una cuota de mercado del 12,4%. También estuvieron fuertes en la categoría los 15 laboratorios restantes. Crecieron un 20,1% por valor de algo más de 10.4 millones de euros, dentro de una cuota de mercado de, 19,9%. En unidades, su crecimiento fue mucho más modesto (4,2%), aunque mantuvieron una cuota de mercado del 28,2% tras vender 478.000 cajas de estos medicamentos.

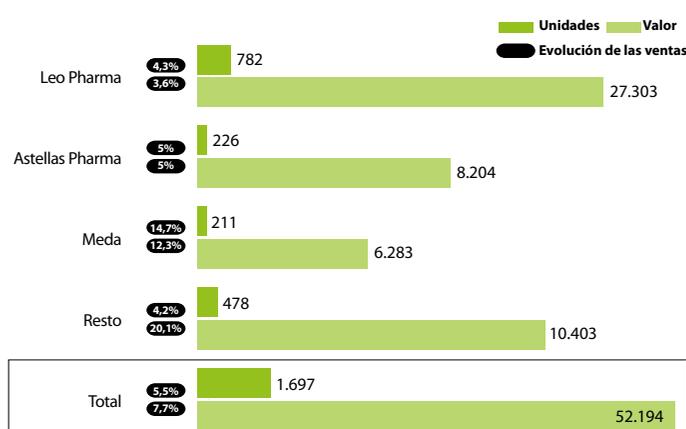
Más potencia antifúngica

A pesar de haber caído a la tercera posición del Top5 de clases terapéuticas en septiembre de 2016 respecto al mismo MAT de 2015, los medicamentos Antimicóticos Dermatológicos (D01) cosecharon un buen MAT a la vuelta del pasado verano. Beneficiarias de ello fueron los tres productos más vendedores, por orden de preeminencia: Ony Tec, Ciclochem y Sebiprox. Este trío, calcado del MAT registrado en septiembre de 2015, habla de una clara estabilidad de mercado y de un buen posicionamiento de estos fármacos en la mente del prescriptor. La clase de los antimicóticos creció el 6,7% en valores,

MERCADO PREPARADOS NO ESTEROIDEOS PARA TRASTORNOS INFLAMATORIOS DE LA PIEL Cuota de mercado (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



Ventas (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



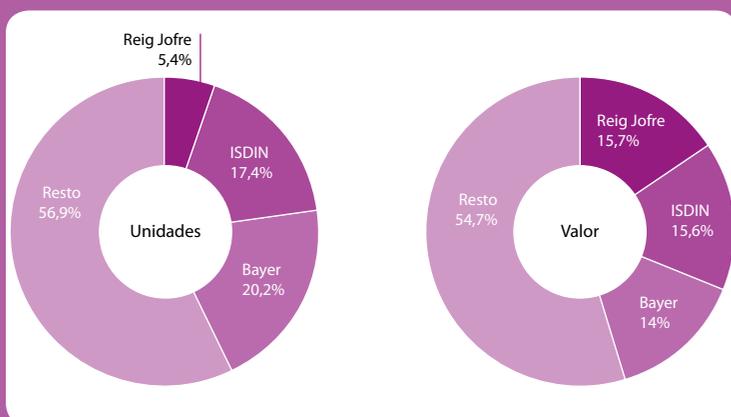
Fuente: IMS Health Sell-Out, NPA Categoría D05. Elaboración: IM Farmacias.

EL TRIÁNGULO MÁS VENDEDOR EN DERMATOLOGÍA SE COMPONE DE CORTICOESTEROIDES, ANTIMICÓTICOS Y ANTIMICROBIANOS

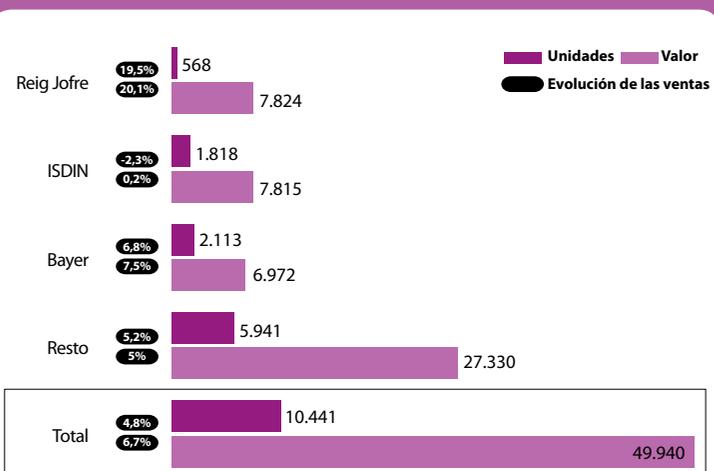
con casi 50 millones de euros en ventas y una cuota de mercado del 18,4%. En unidades su subida se situó en el 4,8% tras la dispensación de más 10,4 millones de envases situados en una cuota de mercado del 20,9%.

Reig Jofre abrió el Top3 de los antifúngicos con un espectacular crecimiento en euros del 20,1% y una cuota de mercado del 15,7% fruto de unas ventas por valor de algo más de 7,8 millones de euros. En unidades, de las que se vendieron 568 envases, el crecimiento también fue muy fuerte, situándose en el 19,5%, con una cuota de

MERCADO MEDICAMENTOS ANTIMICÓTICOS DERMATOLÓGICOS Cuota de mercado (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



Ventas en miles (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



Principales afecciones tratadas en Dermatología

Cabello

- Calvicie
- Caspa
- Comezón en la cabeza
- Caída del Cabello

Piel

- Acné y/o granitos
- Alergias
- Lunares y Verrugas
- Manchas oscuras y blancas
- Pecas
- Sensibilidad al sol y Daño solar
- Quistes o Tumores
- Cáncer
- Cicatrices
- Enrojecimiento cutáneo
- Verrugas
- Mezquinos

Uñas

- Uñas Delgadas
- Uñas Con Cambio de color y/o forma
- Uñas Dolorosas
- Uñas Enterradas o encarnadas
- Uñas Con Manchas

Pies

- Callosidades
- Dolores punzantes
- Ojos de Pescado

Genitales y Mucosas

- Irritaciones o comezón
- Enfermedades Venéreas
- Hérpes o Fuegos
- Verrugas genitales
- Quistes o abultamientos en cavidades como puede ser en boca o genitales

mercado del 5,4%. Isdin cogió el relevo de la segunda plaza en esta clase terapéutica, aunque su crecimiento fue apenas de dos décimas (0,2%), a pesar de lo cual vendió medicamentos por valor de algo más de 7,8 millones de euros en una cuota de mercado del 15,6%. Decreció, sin embargo, en unidades un -2,3%, tras dar salida desde las oficinas de Farmacia a más de 1,8 millones, dentro de una cuota de mercado del 17,4%. Bayer fue la tercera compañía del Top3, una vez creció al 7,5%, con casi 7 millones de euros en ventas, todo ello, con una cuota de mercado del 14%. Fue igualmente significativa su subida en unidades (6,8%), al superar los 2,1 millones de envases



EL TOP3 DE LOS CORTICOESTEROIDES TÓPICOS NO LIDERÓ SU SEGMENTO NI EN VALOR NI EN UNIDADES

vendidos, dentro de una cuota de mercado del 20,2%. Por otro lado, los 47 laboratorios restantes de la categoría, superaron los 27,3 millones de euros en valor con un crecimiento del 5%, acaparando el 54,7% de la cuota de mercado. Cuota que en unidades fue del 56,9%, tras crecer al 5,2% y colocar en el mercado casi 6 millones de cajas de estos medicamentos. Paradójicamente, Ferrer no tuvo cabida en este Top3, a diferencia de lo acontecido en el MAT de 2015.

BAYER SUPERÓ EL 50 POR CIENTO DE LAS CUOTAS DE MERCADO EN VALOR Y UNIDADES DE ANTIMICÓTICOS

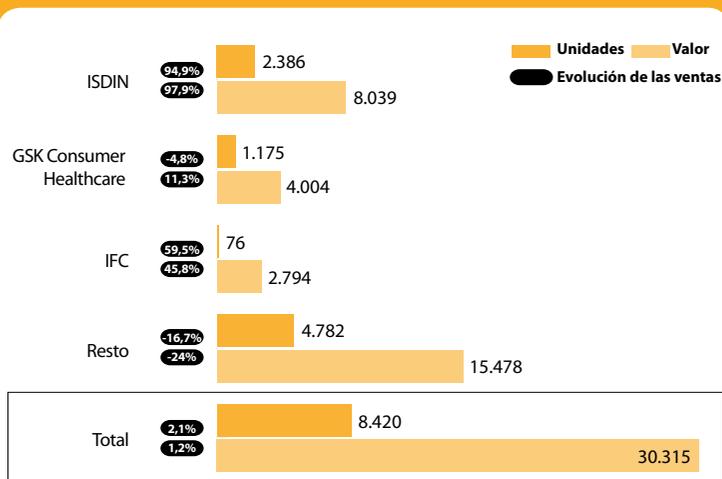
Apogeo de Isdin en antibacterianos tópicos

En la clase terapéutica de los Antibacterianos y Antivirales de uso tópico (D06) también fueron tres las marcas más vendedoras: Mupirocina Isdin, Imunocare y Silvederma. No obstante, este no fue un segmento de crecimiento exagerado en el contexto de los medicamentos dermatológicos. Efectivamente, su crecimiento en valor fue de apenas un 1,2%, a pesar de vender fármacos por más de 30 millones de euros y cosechar una cuota de mercado del 11,2%. Evolución algo inferior a sus ventas en unidades, que superaron los 8,4 millones de envases dispensados, con un crecimiento del 2,1% y una cuota de mercado del 16,8%.

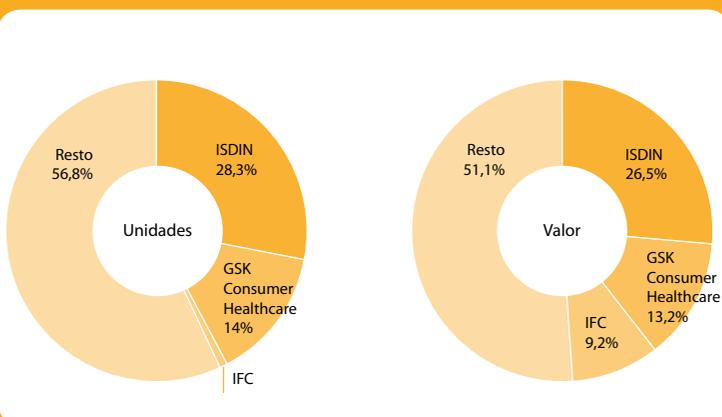
Istdin protagonizó el mayor crecimiento de todo el mercado dermatológico, durante el periodo estudiado. En valor subió nada más y nada menos que el 97,9%, mientras que en unidades lo hizo el 94,9%. Con ello se acercó a los 2,4 millones de unidades vendidas, por un valor superior a los 8 millones de euros, quedando respectivamente sus cuotas de mercado en el 28,3% para las unidades y el 26,5% en valor. Inferior evolución tuvo GSK Consumer Healthcare, que a pesar de crecer un 11,3% tras sus ventas por valor de 4 millones de euros, decreció el -4,8% en unidades, después de dar salida en el mercado a más de 1,1 millones de cajas de medicamentos. De esta forma, sus cuotas de mercado quedaron alojadas en 14% para las unidades y

MERCADO ANTIBACTERIANOS Y ANTIVIRALES DE USO TÓPICO (D06)

Ventas en miles (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



Cuota de mercado (Octubre 2015 - Septiembre 2016)



Fuente: IMS Health Sell-Out, NPA Categoría D06. Elaboración: IM Farmacias.

en el 13,2% para las ventas en millones de euros. Sin llegar al éxito extraordinario de Isdin, IFC también tuvo crecimientos muy vigorosos durante el periodo estudiado. Concretamente se alzó con un 45,8% más de ventas en valor, al superar los 2,7 millones de euros y una cuota de mercado del 9,2%. Con esos datos, fueron 76.000 las unidades que vendió, creciendo un 59,5% en una cuota de mercado que no alcanzó ni el uno por ciento (0,9%). Muy contrario a lo anterior fue la evolución del resto, compuesto por 43 compañías. Allí las caídas fueron del -24% en valor y del -16,7% en unidades. Todo ello, a pesar de vender casi 4,8 millones de unidades, por valor de cerca de 15,5 millones de euros. Situándose sus cuotas de mercado en el 56,8% (envases) y el 51,1% (valor).

Crecimientos directos al grano

En Productos Antiacné (D10) las marcas más vendidas fueron Dercutane, Diane 35 y Mayesta. El crecimiento de la clase terapéutica fue del 3,5% en valor, frente a una caída en unidades del -1,1%. Esto supuso vender más de 3,6 millones de unidades por valor de una cifra superior a los 23,1 millones de euros. Con ello, sus respectivas cuotas de mercado quedaron fijadas en el 7,2% (unidades) y el 8,5% (valor). Al igual que ya había hecho en antimicrobianos tópicos, IFC también

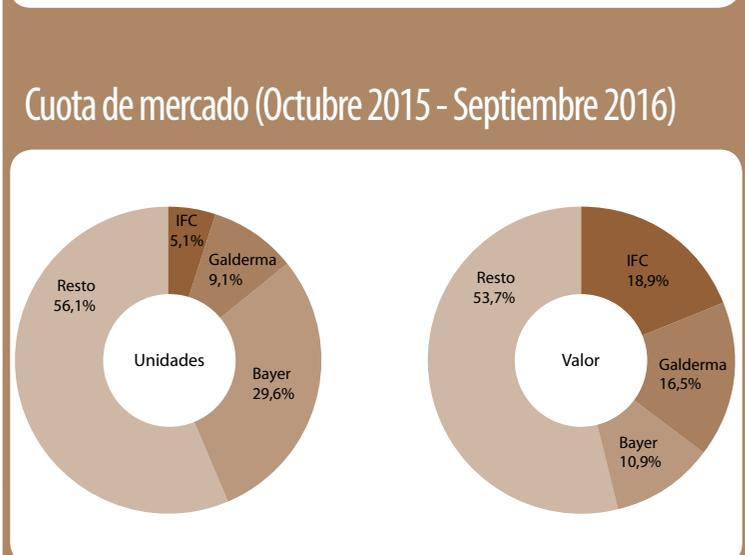
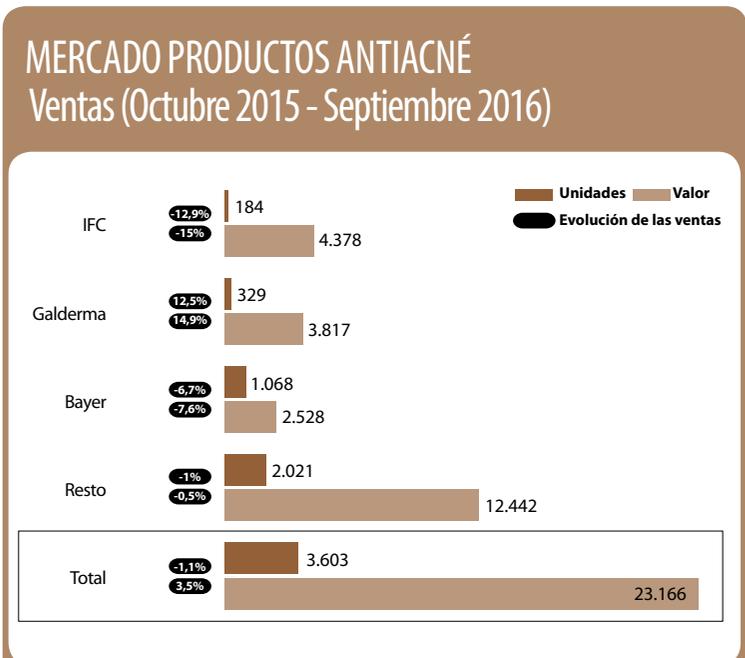


EL DERMATÓLOGO ABARCA CONOCIMIENTOS QUIRÚRGICOS, DE REUMATOLOGÍA, GENÉTICA, NEUROLOGÍA Y OTRAS ESPECIALIDADES QUE SE REFLEJAN EN LA SALUD DE LA PIEL

creció en tratamientos para el acné. Prueba de ello fue su subida en valor que, ampliándose en un 15%, le otorgó más de 4,3 millones de euros y una cuota de mercado del 18,9%. En unidades vendidas su crecimiento también fue muy apreciable, ya que alcanzó el 12,9%, con 5,1% de cuota de mercado y 184.000 unidades vendidas, expresando a las claras altos precios unitarios por producto. Galderma tuvo unos crecimientos similares en unidades (12,5%) y valor (14,9%), después de vender más de 3,8 millones de euros, equivalentes a 329.000 cajas de productos vendidas. Con ello, sus cuotas de mercado quedaron fijadas a septiembre de 2016 en un 9,1% para las unidades y un 16,5% para su valor. Mucha peor evolución tuvo Bayer, que cayó en unidades (-6,7%) y valor (-7,6%). Esto ocurrió de forma paralela al millón largo de unidades vendidas por valor de más de 2,5 millones de euros, dejando una cuota de mercado del 29,6% para envases vendidos y del 10,9% en valor. Concluyendo este análisis, las 23 empresas del resto tuvieron una evolución marcada por la atonía. Cayeron levemente en valor (-0,5%) y unidades (-1%), como resultante de vender algo más de 2 millones de cajas de productos, valoradas en más de 12,4 millones de euros. Sin embargo, sus cuotas de mercado aún fueron hegemónicas, ya que se situaron en el 56,1% para las unidades y en el 53,7% en valor.

Crecimientos futuros

Sería objeto de otro estudio sondear las razones por las que, salvo excepciones, todas las compañías del mercado de medicamentos dermatológicos aumentaron sus ventas entre octubre de 2015 y septiembre de 2016. Se trata de un cambio de signo para un segmento industrial que arrastraba caídas ejercicio tras ejercicio y que, desde ahora, presenta una base sólida para que el próximo MAT de 2017 también sea favorable. +



Fuente: IMS Health Sell-Out, NPA Categoría D10. Elaboración: IM Farmacias.