

Ver para crecer en el mercado oftálmico

LAS BAJAS TEMPERATURAS Y EL RECURSO A LA CALEFACCIÓN HACEN MÁS VULNERABLE LA MIRADA. DE FORMA QUE EL CUIDADO OFTÁLMICO SE PLANTEA COMO UNA PRIORIDAD A IMPULSAR DESDE LAS FARMACIAS MEDIANTE LÁGRIMAS ARTIFICIALES (07A3) Y OTROS PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LOS OJOS (07A9), CUYAS VENTAS PROSIGUEN AL ALZA A LA VISTA DE LAS CIFRAS FACILITADAS POR LA FIRMA IQVIA.



Sensación de sequedad ocular, visión borrosa, picor, quemazón, ardor o sensación de cuerpo extraño componen la sintomatología que también acecha a los ojos con la implantación del invierno. Tiempo de temperaturas bajas y calefacciones altas que también supone un riesgo cuando se practican deportes en el exterior, especialmente si hay nieve.

Hidratar y proteger, siempre

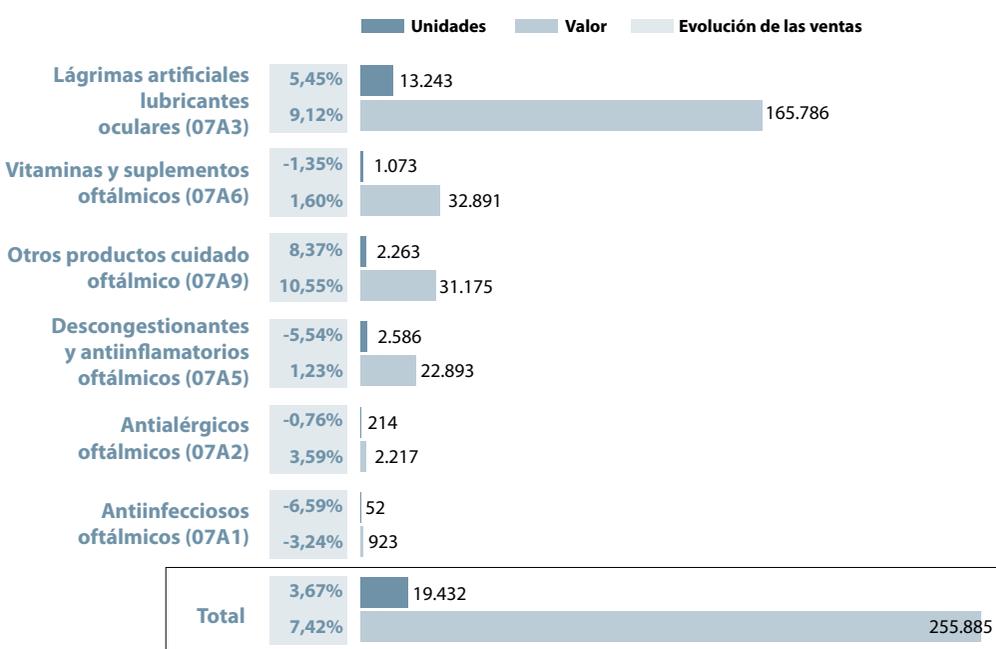
Al ser los ojos la tarjeta de presentación de las personas y la vía de entrada al mundo sensible, procede en estas fechas de bajos niveles de mercurio que los farmacéuticos tengan muy presentes los consejos necesarios para cuidarlos también en invierno. Cuidados que pasan por aumentar la debida hidratación ante la mayor evaporación que provocan las aludidas calefacciones en domicilios y vehículos. A lo que ayuda, además, incrementar la tasa normal de parpadeo para estimular la secreción de lágrimas naturales o usar lágrimas artificiales pero que no incluyan conservantes.

También hay que recordar a las personas que entran en la botica que también son importantes las gafas de sol en invierno ya que, aunque el tiempo diurno de insolación es inferior al de las estaciones más cálidas, también se puede dar un exceso de exposición a los rayos ultravioletas, especialmente en zonas de altitud considerable. Si hay presencia de nieve en la zona visitada o de residencia pueden darse episodios de quemaduras en los ojos (fotoqueratitis). Hasta el punto de que se puede hablar de ceguera de la nieve, tal como advierte el Colegio Nacional de Ópticos y Optometristas, en un porcentaje tan elevado que puede llegar al 20% de aquellos que practican deportes de nieve y montaña. Peligro que se puede evitar con gafas de protección solar, central y lateral, con un adecuado filtrado y marcado CE de calidad europea. Al tener presente que se calcula que la nieve refleja el 80% de la radiación ultravioleta, por encima de otras superficies, y que el efecto de la radiación crece un 15% por cada por cada 1.000 metros que se ganan en altitud.

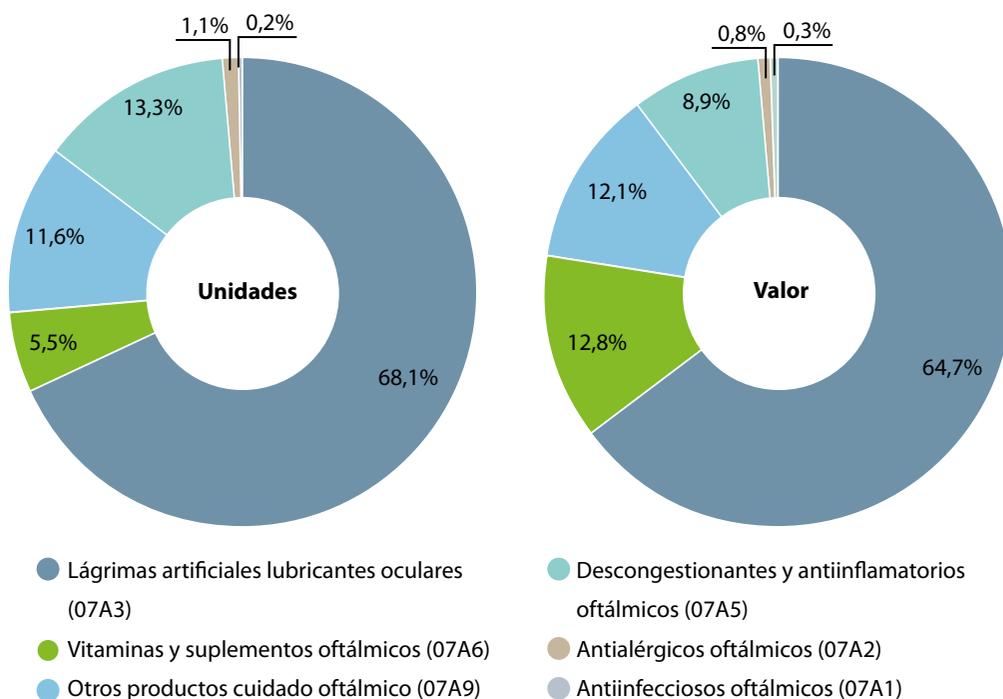
También se pueden adecuar los espacios de interior al cuidado de los ojos, siendo útiles los humidificadores y no poner temperaturas demasiado elevadas en las calefacciones para evitar que estos órganos se resequen. Aunque, de darse casos de picazón o sensación de cuerpo extraño cuando ya hay

sequedad, el mejor consejo también es no frotarse los ojos. Acción que no solo ensucia la zona, sino que también puede producir heridas de mayor o menor consideración con el consecuente riesgo de infección añadida al problema. Por lo que siempre es mejor, en ese caso, como bien saben los farmacéuticos, aclarar con agua fría o recurrir a suero fisiológico. Sin obstar en ningún momento a acudir al profesional asistencial cuando la importancia o gravedad del caso así lo sugiera.

MERCADO CUIDADO OFTÁLMICO (07A) VENTAS EN MILES (MAT 12/2023)



CUOTA DE MERCADO



Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW
 Periodo consultado: MAT 12/23 (acumulado de los últimos 12 meses, desde enero de 2023 a diciembre de 2023)
 Mercado estudiado: OT2 07A cuidado oftálmico
 Medidas: valores y unidades vendidas en € PVP (Precio de Venta al Público)
 Elaboración: IM Farmacias



SEQUEDAD OCULAR: síntomas, causas y consejo farmacéutico

Síntomas

- Sensación de tener arenilla en los ojos
- Picor, escozor y enrojecimiento
- Molestias al parpadear
- Visión borrosa
- Sensibilidad a la luz

Principales causas

- Cambios hormonales (embarazo, menopausia y tratamiento anticonceptivo)
- Cirugía láser
- Edad
- Enfermedad autoinmune o infecciones
- Uso de lentillas
- Uso prolongado de pantallas
- Uso de gotas con conservantes
- Efectos secundarios de un medicamento
- Aire acondicionado y calefacción

Consejo farmacéutico

- Parpadear una media de entre 20 y 25 veces/minuto
- Utilizar gafas de sol
- Aumentar la ingesta de agua y líquidos
- Aumentar la ingesta de ácidos grasos omega 3
- Realizar una correcta higiene de las pestañas
- Utilizar lágrimas artificiales
- Limitar el uso de lentes de contacto entre 8 y 10 horas
- Evitar los movimientos de aire (tanto naturales como provocados)
- Evitar el humo del tabaco
- Dejar que los ojos descansen si se trabaja con pantallas

Fuente: Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF) / Infografía: INFOGRAFIKA DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Escanea este código QR para descargarte la infografía



obstante, es corregible con gafas o lentes de contacto especiales.

Así mismo, y cuando es necesario hablar de ceguera nocturna (nictalopía), la incapacidad de ver dentro y fuera de los vehículos por falta de luz también presenta problemas en salas de cine o locales de ocio, sin excluir la citada miopía, las cataratas, el déficit de vitamina A, el uso de algunos medicamentos, la retinitis pigmentaria o las anomalías congénitas.

Con visión de conjunto

Al hilo de la metodología *Flexview* de IQVIA es posible hacer balance de las ventas de productos de la clase Cuidado Oftálmico (OTC2 07A), al cierre de 2023 y después del anticipo visto el pasado verano. Para conocer en detalle las dispensaciones realizadas desde la red estatal de farmacias, contabilizadas en euros a Precio Venta Público (€ PVP) durante el año total móvil MAT 12/2023 iniciado en enero de 2023 y concluido en diciembre. Unidades monetarias alcanzadas que se completan también con el número de unidades o envases vendidos en términos de volumen con el que contrastar el valor alcanzado. Dos magnitudes que se abren también a porcentajes de crecimiento-decrecimiento (%PPG) y las cuotas de mercado conseguidas al concluir el periodo (%Market Share), como reflejo también de las cifras totales igualmente obtenidas.

A partir del esquema descrito, puede decirse que este mercado ha vuelto a la senda del saneado crecimiento visto al comenzar el año 2022, cuando su crecimiento fue del 8,21% en valor y que luego experimentó cierta bajada hasta el MAT de agosto de 2023 (5,74%). De lo que se puede extraer, además, que la climatología invernal es más demandante de cuidados para los ojos sin perjuicio, en cualquier caso, de los rigores que impone el sol estival para el sentido de la vista. En esta evolución, la subida hasta el pasado mes de

Ante cualquier eventualidad

Junto a las anteriores recomendaciones de tipo estacional, el farmacéutico también es un profesional de primera línea al servicio de la salud que puede contribuir a que se reduzcan los problemas visuales propios de circunstancias tan habituales como, por ejemplo, conducir en ausencia de luz solar. Algo que afecta al 42% de las personas que padecen miopía, como se recoge en el último *Estudio de la Visión en España* que publica la Clínica Baviera, porcentaje al que se une el 30% de las personas que tienen astigmatismo y, por tanto, también se ven perjudicadas cuando tienen que conducir en condiciones de baja luminosidad. Circunstancias también más adversas igualmente en invierno, cuando el día no solamente es más corto, sino que también se producen más fenómenos meteorológicos adversos como la lluvia o la niebla. En general, y cuando la persona se pone al volante de noche y especialmente en invierno, la falta de luz reduce la agudeza visual, la percepción de los colores y el campo visual. A la vez que una visión menos clara también puede coexistir con deslumbramientos y fatiga ocular. Sin excusar la miopía nocturna como problema con entidad propia que se produce por falta de ajuste del cristalino, con la consiguiente percepción borrosa de los objetos lejanos que, no

diciembre fue del 7,42%, con lo que se registraron cerca de 256 millones de euros en ventas a precio al paciente y el consumidor, cifra que superó en más de 6,6 millones los contabilizados el anterior mes de agosto y más lejos de los 32 millones de euros registrados al empezar 2022. Como afirmación de que el cuidado oftálmico experimenta los últimos años una extraordinaria fase expansiva que, sin embargo, se podría haber atenuado en alguna medida durante el último cuatrimestre. Con la comprensible distancia, se observó también un comportamiento similar en volumen por ser un espacio que creció un 6,76% hasta enero de 2022, un 2,84% hasta el pasado verano y un 3,67% al terminar 2023. De forma que las dispensaciones pasaron de ser algo más de 17,8 millones (MAT 01/2022), más de 19,16 millones (MAT 08/2023) con posterioridad y, finalmente, más de 19,4 millones de envases a poco de iniciar 2024.

Tipología de productos para los ojos

Dentro de su liderazgo indiscutible, el grupo de las lágrimas artificiales y los lubricantes oculares (07A3) pasaron de ver crecer sus ventas en valor al 6,87% a PVP hasta agosto de 2023 a lograr una subida del 7,42% apenas cuatro meses después. Lo que supuso incrementar sus cuentas en más de 5,5 millones de euros, con una cantidad final que se encaminó a los 165,8 millones de euros. En paralelo a una subida en volumen que pasó del 3,69 al 5,45% al terminar 2023, con un incremento de unidades dispensadas superior a los 300.000 envases hasta situarse por encima de los 13,2 millones de cajas de producto.

Así, resulta que la última cuota de mercado en valor se ajustó al 64,79% y en volumen al 68,15%, en ambos casos porcentajes superiores a las *market share* del verano anterior (64,30 y 67,5%, respectivamente).

Mantuvieron su segundo puesto las vitaminas y suplementos oftálmicos (07A6) al poner en positivo su valor (1,6%; MAT 12/2023), ya que apenas había sido del -0,59% cuatro meses antes. Pírrico crecimiento, no obstante, que permitió pasar de anotar más de 32,5 millones de euros hasta sumar cerca de 32,9 millones, con una diferencia favorable y superior a los 330.000 euros a PVP. Mientras que su cuota de mercado se contrajo del 13,06 al 12,85% al comparar el año móvil total de agosto y el de diciembre de 2023, respectivamente. Sobre su marcha en volumen, estas vitaminas y suplementos para el cuidado de la vista redujeron su caída en dispensaciones desde el

CUIDAR LA MIRADA EN INVIERNO, MANUAL DE VISIÓN

- Preservar la hidratación de los ojos ante fenómenos de evaporación:
 - Parpadear para estimular la secreción natural de lágrimas.
 - Recurrir a lágrimas artificiales.
- Mantener la humedad ambiental en espacios cerrados: humidificadores.
- Proteger los ojos del sol también en invierno:
 - La ceguera de la nieve (fotoqueratitis) puede afectar al 20% de los aficionados a los deportes de nieve (Colegio Nacional de Ópticos y Optometristas).
 - Usar gafas de sol bien ajustadas, con filtro adecuado y marcado CE.
- No frotar los ojos cuando existe irritación por sequedad ocular:
 - Lavar con agua fría.
 - Optar por suero fisiológico.
- Acudir al especialista cuando la sintomatología es grave.

Fuente: Equipo de salud visual de Alain Afflelou multinacional de óptica y audiolgía

LOS OTROS PRODUCTOS PARA EL CUIDADO OFTÁLMICO

LIDERAN EL CRECIMIENTO DE SU MERCADO (10,55%)

-2,66% de agosto de 2023 al -1,35% de diciembre del mismo año. Con pérdida igualmente de algo más de 2.000 envases porque las unidades vendidas finalmente superaron escasamente el millón de ellas, sin ir mucho más allá de las 1.073.106. Aspecto que también supuso ver reducida su *market share* en esta magnitud del 5,61 al 5,52%.

Al alza también como las lágrimas y lubricantes, los otros productos para el cuidado oftálmico (07A9) cosecharon el mayor crecimiento de este mercado, no solo hasta agosto de 2023 (10,22%) sino hasta terminar el año, porque en su último MAT móvil total tal crecimiento fue del 10,55%, con paso de los 30,3 millones de euros en ventas a los cerca de 31,2 millones, con una ganancia comparativa superior a los 850.000 euros a PVP. A pesar de lo cual estos productos únicamente ampliaron su cuota de mercado en una décima, hasta dejarla en el 12,18% de su mercado.

Estos otros productos, en volumen partieron de datos con una subida del 7,98% y unas dispensaciones que se elevaron por encima de los 2,2 millones hasta completar una *market share* del 11,55% hasta agosto de 2023. A diferencia del último MAT de este año, momento en el que su crecimiento fue del 8,37% y sus unidades vendidas más de 2,2 millones, es decir, cerca de 50.000 envases más, y su cuota de mercado más actual en volumen se quedó en el 11,64%, un poco más amplia que cuatro meses antes.

También vulnerables a la congestión e inflamación, los ojos cuentan con los descongestivos y antiinflamatorios oftálmicos (07A5), al margen de que su final de año 2023 fuera algo menos productivo para ellos de lo visto al avanzar el verano. Efectivamente, estos productos hubieron de lamentar que su incremento del pasado mes de agosto (2,4%) fuera menor cuatro meses después, cuando al completar el MAT 12/2023 tal subida no superó el 1,23%. De forma que los 23 millones de euros obtenidos entonces se aproximaron a los 22,9 millones, con una diferencia negativa al presente que excedió los 116.000 euros a PVP. Lo que se tradujo en que su cuota de mercado, por diferencia de ese cuatrimestre, se contrajo del 9,23 al 8,95%. Una dinámica que también se confirmó en volumen, donde la *market share* pasó del 13,97 al 13,31%. Debido a que la caída estival del -2,28% se acrecentó al -5,54%, rondando todavía los 2,6 millones de dispensaciones, aunque dejaron de venderse más de 90.000 de las mismas.

Con un decrecimiento parangonable a otras clases terapéuticas, los antialérgicos oftálmicos (07A2) no se movieron de la quinta posición de este *Top6*. No hubo especial razón para ello porque, aunque su valor solo dejó de subir el 3,99% de agosto de 2023 para elevarse el 3,59% del mes de diciembre del mismo año, los 2,1 millones de euros contabilizados entonces aumentaron

TOP 3 LABORATORIOS SEGÚN VENTAS EN VALORES

LÁGRIMAS ARTIFICIALES LUBRICANTES OCULARES (07A3)
Théa
Brill Pharma
Alcon Iberhis

VITAMINAS Y SUPLEMENTOS OFTÁLMICOS (07A6)
Théa
Esteve
Brudylab

OTROS PRODUCTOS CUIDADO OFTÁLMICO (07A9)
Théa
Angelini Pharma
Laboratorios Viñas

DESCONGESTIONANTES Y ANTIINFLAMATORIOS OFTÁLMICOS (07A5)
Kenvue
Dermofarm
Cinfa

ANTIALÉRGICOS OFTÁLMICOS (07A2)
Cinfa
Kenvue
Bausch + Lomb

ANTIINFECCIOSOS OFTÁLMICOS (07A1)
Brill Pharma
Sifi

hasta superar los 2,2 millones de euros, con una diferencia positiva de más de 77.700 euros también a PVP. Lo que se tradujo en una décima más en cuota de mercado, hasta alcanzar el 0,87%. Mientras que, en volumen, la caída veraniega del -0,59% se aumentó al -0,76%, con una *market share* que pasó del 1,09 al 1,10% y un aumento próximo a las unidades dispensadas, que se quedaron en las 214.329 hasta completar el año.

En sexto y último lugar de este listado, los antiifeciosos oftálmicos (07A1) perseveraron en su línea de caída en valor ya vista al completar el MAT 08/2023 (-1,43%), con pérdida de dos décimas en cuota de mercado y una cifra contable que no llegó a los 950.000 euros en ventas a PVP. Al confirmar hasta diciembre de este mismo año pasado que la bajada fue del -3,24%, dejando la cuota en un discreto 0,36% y algo más de un cuarto de millar de euros conseguidos menos y que no llegaron a los 923.000 euros.

Finalmente, y en volumen, el descenso de dispensaciones había sido antes del -3,58%, dentro de una *market share* que no superó el 0,29%, al igual que tampoco se alcanzaron las 50.000 unidades vendidas. Frente a un MAT 12/2023 en el que el retroceso fue del -6,59%, con una décima más en *market share* (0,27%) y, ahora sí, cerca de 52.500 envases retirados por los pacientes en las farmacias.

Firmas de confianza

Como en el periodo anterior, el Top3 Compañías del mercado de cuidado oftálmico estuvo compuesto de nuevo por las corporaciones Théa, Brill Pharma y Esteve, distinguidas las tres por sus mayores ventas obtenidas en euros a PVP. Entre ellas, Théa mantuvo su posición de cabeza (Top1) en el segmento de las lágrimas artificiales y los lubricantes oculares (07A3). Gracias, entre otras cosas, a la buena demanda y acogida de *Hyabak*, solución estéril sin conservantes de hialuronato sódico al 0,15%, indicada para hidratar y lubricar los ojos y las lentes de contacto existentes en el mercado. Además de *Thealoz Duo*, solución oftálmica acuosa estéril, hipotónica y con pH neutro con indicación para tratar molestias, escozor e irritación de los ojos, igualmente sin conservantes.

EL INVIERNO ES LA ESTACIÓN POR EXCELENCIA PARA EL CUIDADO DE LOS OJOS

SALUD OCULAR NOCTURNA TAMBIÉN AL VOLANTE

Recomendaciones para las personas con miopía cuando conducen de noche:

- Tomar suficiente vitamina A porque ayuda a frenar la pérdida de agudeza visual causada por el envejecimiento y protege la retina de posibles enfermedades. Enriquecer la dieta con zanahorias y espinacas.
- Usar gafas de color rojo: se recomienda usarlas antes de llegar a un ambiente poco iluminado para que los ojos se vayan adaptando a la oscuridad de forma progresiva.
- No mirar de forma directa a las fuentes de luz.
- Mantener los ojos en movimiento y parpadear de forma frecuente.
- Evitar el consumo de alcohol y tabaco.
- Controlar enfermedades subyacentes que puedan comprometer a la visión, como la diabetes o la retinitis pigmentaria.
- Descansar los ojos de forma regular.
- Revisarse la vista de forma periódica. Acudir al oftalmólogo ante sospecha de ceguera nocturna.

Fuente: Oftalmología Clínica Baviera

Detrás se situó la compañía Brill Pharma, conocida por productos como *Brill Pharma Monofresh Lágrimas Artificiales 10 Monodosis*. Se trata de gotas humectantes basadas en ácido hialurónico al 0,1% concebidas para aportar alivio a los síntomas de irritación, sequedad y la sensación de ojos cansados. Porque el hialuronato de sodio supone una sustancia ya presente en los ojos de forma natural, que permite crear una película protectora uniforme que absorbe la humedad a la vez que impide la evaporación. Al ser este su mecanismo para aportar hidratación en los ojos con sensación de bienestar para la población general y especialmente para la pediátrica y la mujer gestante o en lactancia. Al tener presente, además, que estas lágrimas artificiales combaten la irritación ocular que se produce en circunstancias ambientales desfavorables.

Como *Top3* de estas lágrimas artificiales y lubricantes oculares, Alcon Iberhis siguió dando una buena salida en las farmacias a sus gotas oftálmicas lubricantes y sin conservantes *Systane*. Conocimiento de la salud ocular que la compañía completa también con las lentillas *Total 30*. En lo tocante a las vitaminas y suplementos oftálmicos (07A6), el trío de mayor éxito clínico y comercial también estuvo capitaneado por Théa (*Top1*), Esteve (*Top2*) y Brudylab (*Top3*). En el primer caso, Théa, siguió adelante con sus cápsulas *Retilut 60*, complemento alimenticio para la salud ocular con mejora de la visión, dado que su composición incluye DHA, luteína, zeaxantina, zinc, cobre y vitaminas C y E, sin gluten ni azúcares. Por parte de Esteve, el complemento alimenticio *Oftan Mácula* se presenta como cápsulas que incluyen luteína, zeaxantina, vitaminas y minerales para revertir el estrés oxidativo que se produce con la liberación de radicales libres que llevan a degeneración macular. Mientras que Brudylab dispone de *Brudyretina 1,5g* para cumplir las necesidades diarias de ácidos grasos esenciales de la familia omega-3 y del grupo incluido de vitaminas, minerales y carotenoides como la luteína y zeaxantina. A la vez que *Brudyderm Dry Eye Gel* es hidratante para su aplicación nocturna en los párpados. No obstante, y fuera de este *Top3* señero, también cabe destacar la marca *Remiren* de Brill Pharma, en su calidad de complemento alimenticio que cubre las necesidades nutricionales diarias de los ojos y previene el deterioro natural del globo ocular y el envejecimiento prematuro de la retina, dado que protege las células frente al daño oxidativo.

El tercer grupo de referencias, compuesto por los otros productos para el cuidado oftálmico (07A9), fue capitalizado, en este orden, por Théa, Angelini Pharma y Laboratorios Viñas. Donde Théa dispone de *Mydriaserit*, en caja de 20 insertos oftálmicos basados en tropicamida, dilataador anticolinérgico de la pupila, y clorhidrato de fenilefrina. En el caso de Angelini Pharma el cuidado ocular viene de sus toallitas, mientras que *Ocuderm* de Laboratorios Viñas reduce las bolsas de los ojos como emulsión que redistribuye en profundidad la grasa cuando se dispone esta de forma anómala en torno a los ojos.

En cuarto puesto, los descongestivos y antiinflamatorios oftálmicos (07A5) volvieron a tener al frente Kenvue, Dermofarm y Cinfa. Sin perjuicio de productos como las toallitas *Estila forte* de la compañía Angelini Pharma para contar con un efecto antiinflamatorio y antiséptico que mantenga al día la higiene de los párpados.

Hacia el final de esta tabla, los antialérgicos oftálmicos (07A2) formaron de nuevo su *Top3* con Cinfa, Kenvue y Bausch + Lomb. Donde Cinfa cuenta con *Optialerg* para aportar alivio temporal ante casos de irritación, enrojecimiento y congestión ocular leve por causas alérgicas, ya sean polen, ácaros o epitelio animal, por combinación de antazolina fosfato y nafazolina hidrocloreuro. Mientras que *Vidisan*, de Bausch + Lomb, es solución isotónica que incluye ectoin para prevenir o tratar, según los casos, los síntomas de conjuntivitis alérgica, ya sea estacional o crónica.

En sexto y último lugar, estuvieron por delante de los antiifeciosos oftálmicos (07A1) únicamente dos compañías, la ya citada Brill Pharma, en el capítulo de lágrimas artificiales y Sifi, por la solidez en ventas mostrada por *Xanternet*, gel antibiótico oftálmico y reepitelizante que se presenta en 20 monodosis de 0,4ml, con un 0,3% de netilmicina y goma xantana, y un 1% de ácido hialurónico al 0,15%.

Panorama para mirarse

Aunque con suerte desigual, puede decirse que los grupos de productos para el cuidado de los ojos con venta en farmacias mantendrá un notable nivel de introspección para avanzar en innovación y mantener los anaqueles bien nutridos. En un panorama conformado por las sólidas compañías aquí citadas para dejar claro que ya no es preciso solamente ver para creer, sino también para crecer, en un mercado imprescindible para la buena marcha de las farmacias apoyada en una mejor salud ocular de las personas. +