

El mercado respiratorio airea nuevas cifras de ventas

LAS VENTAS DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS PARA LAS ALERGIAS Y OTRAS AFECCIONES RESPIRATORIAS PERDIERON FUELLE A LO LARGO DE 2023. UN AÑO A CUYO TÉRMINO, SIN EMBARGO, AÚN MANTUVIERON SANEADAS SUS TASAS DE CRECIMIENTO EN EUROS LOS DESCONGESTIONANTES PARA LA NARIZ, LOS ANTIHISTAMÍNICOS RESPIRATORIOS Y ESPECIALMENTE LOS PRODUCTOS PARA LA TOS, TAL COMO MUESTRA LA FIRMA IQVIA EN SUS ÚLTIMOS DATOS SOBRE ESTE MERCADO.



Tras el leve episodio de obligatoriedad en el uso de mascarillas impuesto al acabar las celebraciones navideñas, y ante el relativo repliegue de los fenómenos respiratorios debidos a virus ya conocidos y de más reciente surgimiento, la alergia de invierno pasa a primer plano y como recordatorio de lo que vendrá en primavera, aunque por alérgenos distintos. Etapas del año hoy algo desvirtuadas por una climatología en parte desconcertante, pero que siempre cuentan con el farmacéutico comunitario a pie de calle para proveer no solo de antihistamínicos, broncodilatadores y corticoides, sino también para brindar en todo momento su consejo experto tal como demandan cada día miles de ciudadanos.

Una climatología desconcertante

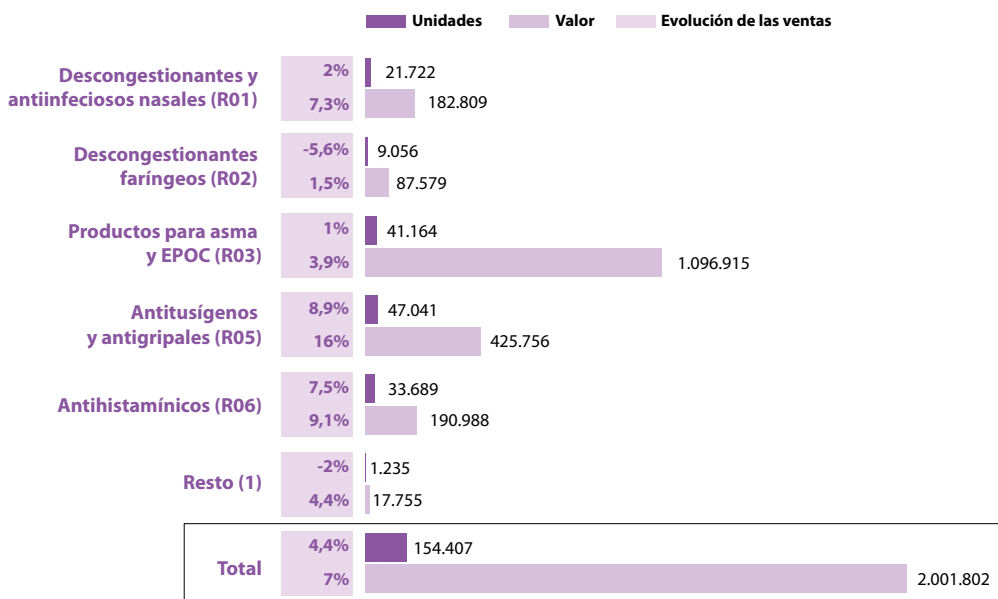
Febrero se estrenó con incrementos en los niveles polínicos en áreas de la geografía por efecto del tiempo. Algo perceptible en distintas ciudades del país y con concentraciones bastante inéditas a estas alturas tan precoces del año. Temperaturas más altas de lo esperable y lluvias escasas explican porque suben los niveles de polen en Pamplona, Madrid, Ávila, Salamanca o Ciudad Real. Mientras que en zonas del sur y provincias como Sevilla o Granada crecen los niveles de polen de ortigas y parietaria. Datos de importancia, si se tiene en cuenta que, como informa la Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica (SEAIC), son ocho millones las personas con alergia al polen. Muchas de ellas sensibles a las gramíneas, familia muy extendida en territorio y especies. Lo que motiva en estos meses, otrora fríos, que municipios tengan que informar diariamente sobre la presencia de polen en el aire también en invierno. Hecho motivado, a su vez, porque el tiempo anticiclónico impide que las lluvias puedan limpiar el aire de alérgenos.

En tiempos de cupresáceas

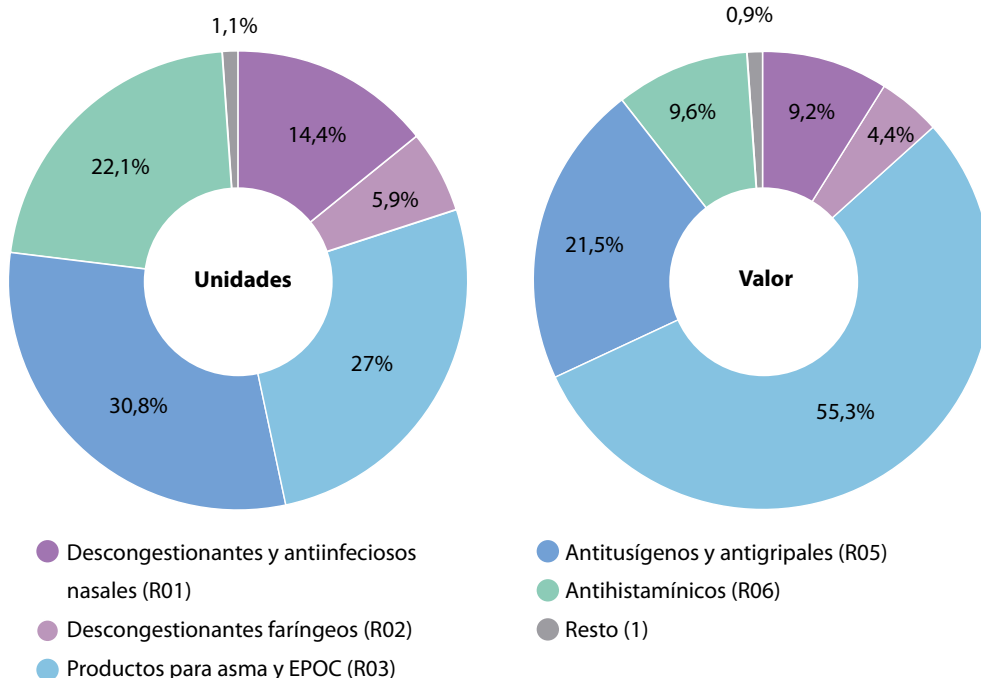
Atento a las afecciones respiratorias de sus pacientes, el farmacéutico comunitario distingue la sintomatología fronteriza entre resfriado o alergia. Cuando las plantas cupresáceas cobran su protagonismo en los meses fríos, lagrimeo, secreción nasal licuada, estornudos y picor en ojos son las señales más claras de esta última, más allá de la semana que duran los catarros y en coincidencia con la aludida alta concentración de polen en el aire. Concentración que marca la intensidad de la enfermedad y que se reduce por la noche y

dentro de los espacios cerrados. De forma que el profesional de primera línea sabe que los resfriados declinan hacia su conclusión, siendo lo oportuno beber agua, guardar reposo y tomar ocasionalmente paracetamol. A sabiendas, no obstante, de que tales catarros pueden comportar fiebre, mucosidad espesa en nariz, malestar general o dolor de garganta. Mientras que, frente a la alergia, la experiencia dicta el uso de antihistamínicos, broncodilatadores y corticoides, según cada caso y su prescripción, además de inhaladores para la congestión nasal y gotas de instilación para el picor ocular.

MERCADO APARATO RESPIRATORIO (R) VENTAS EN MILES (MAT 12/2023)



CUOTA DE MERCADO



Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW Diciembre 2023
 Periodo consultado: MAT 12/2023 (acumulado de los últimos 12 meses, desde enero 2023 a diciembre 2023) Mercado estudiado: Top 5 subclases del mercado de APARATO RESPIRATORIO y Top 3 manufacturer según su venta valorada en € PVL
 Medidas: unidades vendidas y valores en € PVL (Precio Venta Laboratorio)



Alergia primaveral: causas, síntomas y tratamiento

Causas

Los causantes son los granos de polen que se encuentran en plantas con flores, pero también en algunos árboles y el césped de los parques

Cuando el polen entra en el organismo provoca una **reacción inmunológica** que afecta principalmente al aparato respiratorio. Es la rinitis alérgica o fiebre del heno

Síntomas



Enrojecimiento ocular y lagrimeo



Picor nasal y ocular



Estornudos frecuentes



Congestión nasal y ocular



Producción de moco acuoso

Tratamiento

En las farmacias podemos adquirir, siempre con el asesoramiento de un farmacéutico, diferentes medicamentos de autocuidado que ayudan a combatir los síntomas de la alergia, como antihistamínicos en forma de spray nasal, colirio o comprimidos

También existen productos sanitarios de autocuidado para aplicar a nivel nasal u ocular, que ayudan a limpiar las mucosas y reducir los molestos síntomas alérgicos

Prevención



Mantener cerradas las ventanas de la casa y lugar de trabajo



Evitar los parques, jardines y bosques



Usar humidificadores y acondicionadores de aire con filtro de polen



Evitar los ambientes cargados de humo y cambios bruscos de temperatura



Se recomienda a las personas con más propensión que utilicen gafas de sol o mascarillas

Fuente: Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp) / Infografía: Infografía Diseño y Comunicación

Escanea este código QR para descargarte la infografía



la ropa y que debe ser lavada, pero sin salir a tenderos de terraza, azotea o jardín para colgarla. Conviene, además y a sabiendas de que la concentración de polen es más elevada en las horas centrales del día, esperar a que anochezca para ventilar la vivienda durante un lapso breve, que podría ser de cinco minutos.

Ante los alérgenos datos

Nuevamente, la óptica *Flexview* de la firma IQ-VIA permite apreciar en su conjunto las ventas mensuales, *National Sell Out Monthly*, del Aparato Respiratorio (R) en sus dos vertientes cuantitativas. Al conocer mes tras mes las cifras totales conseguidas al terminar el año 2023, los porcentajes de crecimiento y decrecimiento (%PPG) y las cuotas de mercado establecidas (*market shares*, %MS). Dentro de los dos aludidos espacios de valor en euros registrados a Precio de Venta desde el Laboratorio (€ PVL) y en volumen contabilizado en unidades dispensadas. Estructura analítica que incluye la preeminencia de las tres compañías líderes (*Top3 manufacturer*) de las cinco subclases terapéuticas (*Top5 subclases*) que componen este mercado en paralelo a la reseña de la terna de marcas con mayor expansión en cada una de ellas (*Top3 productos*), también a PVL. Todo ello durante el año movible total que discurrió a lo largo del año previo bajo la denominación de MAT 12/2023.

Este esquema se ajusta perfectamente al criterio ATC como clasificación anatómica, terapéutica y química, con índice de sustancias farmacológicas y medicamentos según sus grupos terapéuticos, en línea con lo dispuesto por la *Collaborating Centre for Drug Statistics Methodology* de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Y fiel igualmente al consumo descrito según la dosificación diaria definida (ATC/DDD) para la comparación internacional de fármacos y su mejor uso dentro de la Unión Europea.

Más en detalle, la sintomatología por cupresáceas se caracteriza por enrojecimiento, hinchazón, picor y lagrimeo en los ojos, picor de nariz, estornudos ocasionales y obstrucción nasal, además de una secreción en nariz más líquida, generosa y clara que la propia de los resfriados. De ahí que sea tan importante ofrecer un diagnóstico correcto para optar a un tratamiento preventivo lo más temprano posible y tratar así dichos síntomas cuanto antes.

En caso de que la persona alérgica tenga que salir de su vivienda cuando hay picos de polen, circunstancia muchas veces inevitable en la vida actual, la SEAIC ofrece cada día para su consulta pública los niveles de polen registrados en todo el territorio. Con información de ocho plantas, entre las que se incluye la familia de las cupresáceas. Si tal nivel de polen se eleva por encima de los 135 gramos por metro cúbico, lo más indicado es no salir al exterior. Por lo tanto, la persona alérgica no debe practicar deportes en espacios abiertos y, si dispone de ella, debe utilizar mascarilla porque sirve de barrera al polen. Así como se deben usar gafas de sol para proteger los ojos en lo posible y prestar atención a la dirección del viento, por si es de cara. Al igual que, en el caso de desplazarse en vehículos, debe hacerse con las ventanillas bajadas. Igualmente, y por pura lógica, se deben evitar en lo posible las salidas en horario diurno, así como transitar por zonas en las que haya arizónicas, cipreses y plantas similares. Mientras que, al quedarse en casa, la persona con alergia debe recordar que el polen se queda recogido en

TOP 3 PRODUCTOS

DESCONGESTIONANTES Y ANTIINFECIOSOS NASALES (R01)

Avamys

Nasonex

Respibien

DESCONGESTIONANTES FARÍNGEOS (R02)

Strepsils

Lizipaina

Strefen

PRODUCTOS PARA ASMA Y EPOC (R03)

Foster

Symbicort

Relvar Ellipta

ANTITUSÍGENOS Y ANTIGRIPALES (R05)

Frenadol Complex

Fluimicil

Flutox

ANTIISTAMÍNICOS (R06)

Ebastel

Bilaxtel

Aerius

Top 3 productos por subclase terapéutica del mercado APARATO RESPIRATORIO según su venta valorada en € PVL durante el MAT 12/2023
Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW
Diciembre 2023
Elaboración: IM Farmacias

El mercado respiratorio, según la perspectiva descrita, se desmarcó de los muy buenos resultados conseguidos previamente, aunque sin abandonar su curva positiva. Al tomar como punto de partida un mes de diciembre de 2022, hasta el que el crecimiento en ventas había sido del 17,3% en valor y del 25,9% en volumen. Un comportamiento más que sobresaliente si se tiene en cuenta que, a su término, 2021 había confirmado un retroceso del -1,7% en euros y del -0,3% en unidades dispensadas, claramente por culpa de una asistencia a los centros asistenciales, entorpecida por sucesivas olas de pandemia y sus consiguientes limitaciones a la prescripción y en sintonía con un uso general de las mascarillas que, si bien es cierto que protegía en parte a los ciudadanos, también lo es que dejaba de entrenar el sistema inmunitario. Sea como fuere, y transcurrido 2023, el año anotó un crecimiento del 7% en valor y del 4,4% en volumen. Más en el detalle contable, esto supuso pasar de los 1.000 millones de euros contados al terminar 2021 y de los cerca de 1.199,4 millones de euros de diciembre de 2022, a una cifra superior a los 2.001,8 millones a PVL ya en el MAT 12/2023. Trayectoria acompañada en volumen por un aumento de unidades vendidas al MAT 12/2023 hasta sumar más de 154,4 millones de envases, por encima, por tanto, de los algo más de 117,5 millones de unidades de finales de 2021 y los cerca de 148 millones de envases adquiridos por los pacientes en las oficinas de farmacia una vez que terminó el año 2022. Lo que dio una diferencia positiva entre ambos extremos y más próxima al presente de 36,9 millones de cajas de medicamentos.

Por su lado, el grupo Total Otros volvió a estar constituido por una única subclase terapéutica, tras resolver la rivalidad entre los revulsivos percutáneos (R04) y los otros productos para el sistema respiratorio (R07), con el resultado de un crecimiento al MAT 12/2023 del 0,9% en valor y del 1,1% en volumen, cuantificables en más de 1,2 millones de unidades vendidas por un valor superior a los 17,5 millones de euros a PVL. De forma que quedaron atrás datos de expansión como el 34,6% (valor) y el 24,3% (volumen) vistos hasta diciembre de 2022, momento en que, aunque las unidades dispensadas estuvieron en un número mayor superior a los 1,7 millones, su contravalor no alcanzó los 11 millones de euros.

Menos protección nasal

Tras alternar periodos en el liderazgo del mercado respiratorio, de diciembre de 2022 a febrero de 2023, con abandono del mismo el pasado mes de septiembre, los descongestionantes y antiinfectivos nasales (R01) volvieron a tener su primacía al terminar dicho año 2023. Así que, en el cenit del *Top5* subclases del mercado respiratorio, su crecimiento en valor fue del 7,3% al MAT 12/2023, dentro de una cuota de mercado del 9,2% en esta magnitud y una cifra en ventas que superó los 182,8 millones de euros a PVL. Previamente, su crecimiento había sido del 5% hasta diciembre de 2021, que luego se aumentó al 18,9% al terminar el MAT 12/2022, con la subida de una décima en cuota de mercado que se situó en el 9,1%. Dos periodos precedentes que se tradujeron en ventas de 91,8 y 109,2 millones de euros. De forma que la comparación entre los meses de diciembre de 2022 y 2023 arrojó un incremento comparado de más de 73,5 millones de euros también a PVL.

Respecto a la cantidad de unidades vendidas de antihistamínicos, creció al 3,8% y el 16,7% los meses de diciembre de 2021 y 2022, respectivamente, y con sendas *market share* del 15,5 y el 14,4%, habidas entre los MAT de diciembre de 2021 y 2022. En tránsito de los 18,2 millones a los 21,3 millones de envases dispensados y acreditados en esos periodos. Cifras y porcentajes que, hasta diciembre de 2023, se movieron hacia un tímido crecimiento del 2% que mantuvo su *market share* en el 14,4%, una vez que se materializaron más de 21,7 dispensaciones a través de la red nacional de farmacias, lo que equivalió a algo más de 430.000 envases más contados por diferencia de los meses de diciembre de 2022 y 2023.

En lo tocante al *Top3* compañías de este grupo terapéutico, Cinfa siguió en la cima por sus buenos resultados encadenados los últimos años. En el segundo nivel también se mantuvo la compañía GlaxoSmithKline (GSK) por su igualmente correcta evolución. Finalmente, y cerrando ranking, conservó su espacio Organon Salud, corporación que tampoco había experimentado reveses, y sí fortaleza en ventas los últimos años.

Sí hubo alguna perturbación de orden dentro del *Top3* productos. No para Avamys (*fluro-rato* de *fluticasona*) de GlaxoSmithKline, que siguió como marca más vendida; pero, por el contrario, Nasonex (*mometasona*) de Organon Salud adelantó a Respibien (*oximetazolina* y corticosteroide), de Cinfa.

TOP 3 LABORATORIOS SEGÚN VENTAS EN VALORES

DESCONGESTIONANTES Y ANTIINFECCIOSOS NASALES (R01)

	Unidades	Valor
Cinfa	9,5%	14,4%
GlaxoSmithKline	1,5%	-0,5%
Organon Salud	12,4%	12,5%
Total	2,0%	7,30%

DESCONGESTIONANTES FARÍNGEOS (R02)

	Unidades	Valor
Cinfa	-0,2%	3,7%
Reckitt Benckiser	-5,3%	2,6%
Sanofi-Aventis	-9,1%	-2,2%
Total	-5,6%	1,5%

PRODUCTOS PARA ASMA Y EPOC (R03)

	Unidades	Valor
AstraZeneca	2,1%	9,9%
Chiesi	10,7%	9,8%
GlaxoSmithKline	-1,4%	4,8%
Total	1,0%	3,9%

ANTITUSÍGENOS Y ANTIGRIPALES (R05)

	Unidades	Valor
Cinfa	19,1%	26,8%
Kenvue	11,9%	23,1%
Zambon	3,2%	5,6%
Total	8,9%	16%

ANTIHIISTAMÍNICOS (R06)

	Unidades	Valor
Almirall	5,3%	5,8%
Faes Farma	9,6%	7,7%
Normon	10,4%	16,4%
Total	7,5%	9,1%

Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW Diciembre 2023

Periodo consultado: MAT 12/2023 (acumulado de los últimos 12 meses, desde enero 2023 a diciembre 2023) Mercado estudiado: Top 5 subclases del mercado de APARATO RESPIRATORIO y Top 3 manufacturer según su venta valorada en € PVL

Medidas: unidades vendidas y valores en € PVL (Precio Venta Laboratorio)

Nada que ver en descongestión faríngea

Aunque los descongestionantes faríngeos (R02) cayeron al quinto y último puesto en el ranking del mercado respiratorio, tanto en diciembre de 2022 como en el mismo mes del año siguiente siguieron distinguiéndose por ser la segunda subclase de este mercado. Un conjunto de productos que habían crecido un mero 0,9% hasta diciembre de 2021, dentro de una cuota de mercado limitada (3,2%) que supuso unas ventas encaminadas a los 32,9 millones de euros a PVL. Discretos resultados que, doce meses después, cambiaron por un magnífico crecimiento también en valor (68,8%) que amplió su cuota de mercado a un 4,6%, tras anotar cerca de 55,5 millones de euros en ventas. Una situación contradictoria con el final del MAT 12/2023, periodo en el que su subida se redujo a un muy limitado 1,5%, con una cuota de mercado reducida en dos décimas (4,4%) y una cifra total, no obstante, bastante cercana a los 87,6 millones de euros a PVL.

Complementariamente, el volumen de estos descongestivos evolucionó del -1,1% con el que terminó 2021 al meteórico 58,1% confirmado doce meses después, en sendas *market share* del 5,2 y el 6,5%, y con paso de los 6 a los 9,6 millones de unidades vendidas.

Hubo juego de sillas en el *Top3* compañías, en el que Cinfa entró en ranking para quitarle el primer puesto a Alfasigma, que salió de este listado. Mientras que Reckitt Benckiser y Sanofi-Aventis se quedaron en el segundo y tercer nivel, respectivamente. Sin que nada alterase el orden en el *Top3* marcas, nuevamente compuesto por Strepsils (amilmacetosol y 1,2mg de alcohol 2,4 diclorobencílico), de Reckitt Benckiser; Lizipaina (*dihidrocloruro de clorhexidina y benzocaína*), de Opella Healthcare Spain, y Strefen (*flurbiprofeno*), nuevamente de Reckitt Benckiser.

Contención en asma y EPOC

Aunque los meses de septiembre de 2022 y 2023 fueron propicios para el liderazgo de los productos para asma y EPOC (R03), este último año terminó relegando al tercer puesto habitual a estos, por otro lado, compuestos imprescindibles para el mercado respiratorio. Tras una trayectoria precedente que había permitido pasar del crecimiento del -2,6% de diciembre de 2021 al 5,9% del mismo mes en 2022, con sendas cuotas de mercado del 62,4% y el 56,4%, en tránsito de los 638,6 millones a los 676,2 millones de euros a PVL. Situación previa al crecimiento del 3,9% confirmado hasta el MAT 12/2023, momento en el que la cuota de mercado se ajustó al 55,3%, con aproximación a los 1.097 millones de euros igualmente a PVL.

Paralelamente y en volumen, las tasas de crecimiento habían sido del -2,9% y del 10% (MAT 12/ 2022) para contar primero más de 37 millones de unidades y luego 40,7 millones de envases vendidos, aunque su *market share* pasó del 31,5 al 27,5%. Mientras que, ya en el MAT 12/2023, tal crecimiento fue únicamente del 1%, con pérdida de medio punto en una cuota de mercado que se situó en el 27%, una vez que se confirmaron algo más de 41,1 millones de dispensaciones. De lo que se dedujo que las ventas solo aumentaron en unos centenares de miles de envases más entre los meses de diciembre de 2022 y 2023, menos de medio millón, en cualquier caso.

Al ser una subclase de acusada estabilidad y gran peso de mercado por su cuota de mercado en valor, su *Top3* compañías siguió formado por AstraZeneca, Chiesi y GSK, sin hueco por tanto para Boehringer Ingelheim, compañía desalojada de ranking en septiembre de 2022. Sí se anotaron cambios en el *Top3* marcas, dado que Foster (*dipropionato de beclometasona y fumarato de formoterol dihidrato*) de Chiesi

subió al primer puesto de este ajustado listado, cambiando su puesto con Symbicort (*budesonida* y *formoterol fumarato dihidrato*) de AstraZeneca. Pero, sin embargo, Spiriva (*tiotropio*) de Boehringer Ingelheim hubo de ceder la tercera posición a Relvar Ellipta (furoato de fluticasona y vilanterol) de GSK, fármaco con indicación para asma y EPOC con presencia en el mercado local desde 2014.

Crecer mucho menos en tos

El espejismo de mantenerse como segunda subclase del mercado respiratorio apenas duró de septiembre a diciembre para los antitusígenos y antigripales (R05). A pesar de que habían experimentado hitos contables, como su crecimiento del 64,2% en valor registrado hasta el MAT/2022, sobre todo después de haber caído el -2% hasta diciembre de 2021. Lo que supuso haber pasado, entre los meses finales de ambos años, de ocupar una cuota de mercado primero del 14% y luego del 19,6%, que en cifras finales supuso subir las ventas de los 143,3 millones a los 235,3 millones de euros a PVL. Para, ya en el MAT 12/2023, cerrar su subida temporalmente en el 16%, dentro de una cuota de mercado del 21,5% y por un valor superior a los 425,7 millones de euros. Con el resultado de haber superado entre los meses de diciembre de 2022 y 2023 los casi 190,4 millones de euros como diferencia.

Así mismo tuvo su interés la evolución en volumen de los productos para la tos y la gripe hasta el último periodo analizado. Al ser procedente que, en esta magnitud, pasaron de caer el -4,1% hasta diciembre de 2021 a experimentar una extraordinaria expansión del 61,6%, tan solo doce meses después. Aun dentro de un ensanchamiento de su *market share*, que se acotó del 22,7 al 29,2%, cuantificadas respectivamente en 26,7 los millones de envases vendidos, primero, y luego en 43,2 millones de unidades. Anticipo de los algo más de 47 millones de cajas de producto adquiridas por los pacientes en las farmacias hasta diciembre de 2023, como cierre de un año móvil total en el que su crecimiento alcanzó el 8,9%, dentro de una *market share* del 30,8%. Por lo que la diferencia positiva para el análisis más reciente se cuantificó en más de 3,8 millones de unidades.

El *Top3 manufacturer* conservó a la compañía Cinfa al frente, después de dos años de muy buenos resultados contables. Mientras que, en segundo lugar, que había sido ocupado de forma tradicional por Johnson & Johnson, se colocó su compañía independiente Kenvue, entidad de *Consumer Health* cotizada en la Bolsa de Nueva York desde 2023. Sin perturbación por tanto para Zambon, que conservó su tercer lugar como corporación aun deudora de muy notables y pretéritos crecimientos en valor y volumen.

En simetría con las compañías de antitusivos y antigripales, siguió como primera marca Frenadol Complex de McNeil Ibérica con participación de Johnson & Johnson, y con formulación de paracetamol 650mg, dextrometorfano 20mg (como hidrobromuro) y clorfenamina 4mg (como maleato), cafeína citrato 30 mg y ácido ascórbico 250mg. Detrás se mantuvieron Flumucil (*acetilcisteína*) y Flutox (*cloperastina fendizoato*), en ambos casos marcas de Zambon.

Salvando las distancias, los antihistamínicos

Solo se desmarcaron de la tendencia de crecimientos a la baja de este mercado los antihistamínicos (R06). Este conjunto de fármacos, que había sido tercera subclase en respiratorios hasta diciembre de 2021, se fue al último puesto de ranking doce meses después. Así fue que, al concluir el MAT 12/2022, su crecimiento se situó en el 4%, con una cuota de mercado del 9,4% equivalente a una cifra superior a los 112,1 millones de euros. Mientras que, a término del análisis incluido en estas páginas, tal crecimiento subió al 9,1%, con dos décimas de ganancia en cuota de mercado (9,6%) y unas ventas que rayaron los 191 millones de euros, es decir, con una diferencia positiva hacia el presente que se colocó por encima de los 78,8 millones de euros también a PVL.

Sobre sus ventas en volumen cupo decir que pasaron de aumentar el 4,8% de diciembre de 2021 a subir el 11,8% de mismo mes pero en 2022. Con paso de los 28 millones de unidades vendidas a los 31,3 millones de envases dispensados entre ambos periodos, pero dentro de una *market share* que se redujo del 23,8 al 21,1% entre esos años móviles totales. Que han tenido su continuidad más reciente con una subida más modesta en envases vendidos hasta diciembre de 2023, momento en que se confirmó una expansión del 7,5, ajustada a una cuota de mercado que volvió a crecer (22,1%) para aproximarse a los 33,7 millones de unidades, es decir, más de 2,3 millones de envases por comparación de los MAT de diciembre de 2022 y 2023.

JOHNSON & JOHNSON

MUTÓ EN KENVUE PARA

MANTENERSE FUERTE

EN GRIPE Y TOS

En antihistamínicos de uso respiratorio repitieron como parte del *Top3* compañías Almirall, en la estela de los buenos crecimientos habidos al terminar el periodo anterior; corporación seguida por Faes Pharma, sobre un crecimiento adverso entonces, y en tercer lugar por Normon, dentro de un ciclo contrariamente más expansivo.

No hubo cambios, en cualquier caso, respecto a la conformación del *Top3* marcas, que nuevamente dio protagonismo a las ventas de Ebastel (*ebastina* y *pseudoefedrina*) de Almirall, Bilaxten (*bilastina*) de Faes Farma y Aerius (*desloratadina*) de Schering-Plough.

Dejar de estornudar para no toser

Este análisis deja suficientes muestras de cierto cansancio en las ventas de productos para tratar las alergias y otras afecciones de expresión respiratoria, después de un año de extraordinario crecimiento tras haber dejado a un lado las mascarillas para la Covid-19. Una tendencia de la que, al terminar 2023, solo pudieron zafarse los antihistamínicos como postrera clase terapéutica líder de este mercado. Por lo que, para que esta forma de estornudar no se convierta en una tos de raíz más profunda, las compañías deberán aplicarse en sus acciones dirigidas a las farmacias y con nuevas apuestas por la innovación que podría venir de formas de administración más cómodas para los pacientes o incluso mediante nuevas moléculas. Sin dejar de tener presente, por otro lado, que la climatología sigue siendo caprichosa en lo que va de 2024, y que mayores temperaturas con lluvia a destiempo también podrían agudizar los casos de alergias y asma. †