

www.amiif.org.mx

www.amiif.org.mx

Análisis del mercado de Genéricos en México / IMS

Abril 2016

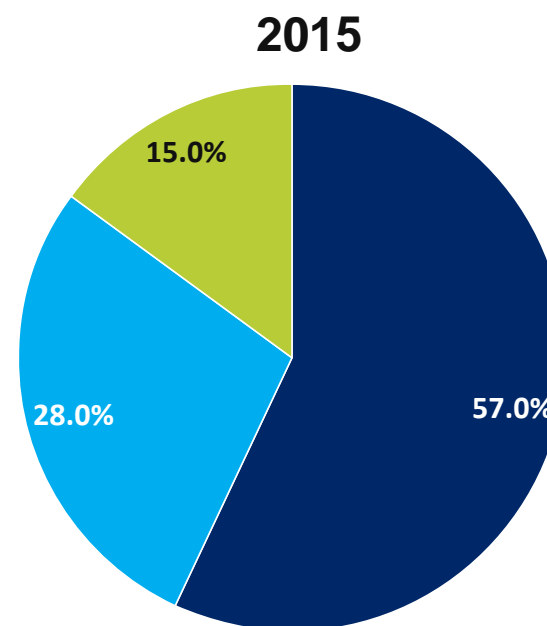
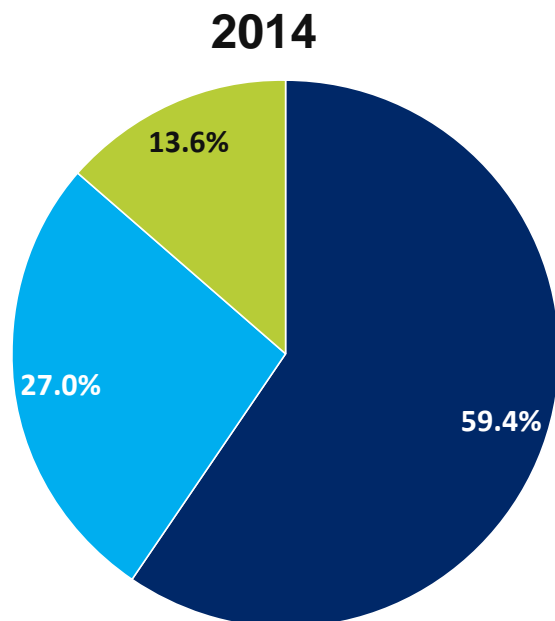
Antecedentes ⁽¹⁾

- La siguiente presentación contiene datos del mercado farmacéutico mexicano tanto privado como del sector de gobierno. La misma, se encuentra construida tanto en datos auditados por IMS Health en México, como en proyecciones internas de datos no auditados
- El mercado de genéricos está clasificado en dos tipos de productos. En primer lugar, aquellos comercializados bajo su denominación común internacional (DCI), los cuales son denominados como genéricos, genéricos “puros”, o genéricos de marca propia (comercializados por cadenas y autoservicios). La segunda clasificación pertenece a los genéricos de marca, los cuales son productos de marca registrados por un laboratorio distinto al innovador, en aquellos casos donde el producto del innovador ya no se encuentra protegido por patente
- Dentro de los datos analizados, se observa en los últimos 5 años un importante crecimiento de los productos genéricos en contraposición a una caída de las marcas. Esto sucede debido a que la erosión en la participación de mercado de los productos que han perdido patente no ha sido compensada por ventas de productos nuevos. La pérdida de patentes de productos de las compañías multinacionales ha favorecido el lanzamiento de nuevos productos genéricos

Antecedentes (2)

- En el sector privado el segmento con mayor volumen en los últimos años son los genéricos. Principalmente, aquellos denominados como de marca propia, comercializados por las cadenas y autoservicios más importantes del país. En el sector público, el segmento de mayor volumen viene siendo los genéricos puros, adquiridos a través de procesos de licitación pública
- El precio, la conveniencia y el servicio son los aspectos diferenciadores utilizados por las principales cadenas de farmacias para generar tráfico en sus tiendas. El consultorio adyacente a farmacia es ya un formato consolidado y ha encontrado un nicho en el sistema mexicano de salud; favoreciendo la prescripción y venta de genéricos de marca privada
- Las instituciones de salud han incrementado el uso de genéricos en sus cuadros básicos, dándole preferencia sobre productos de marca, siempre y cuando se encuentren disponibles.

Mercado Privado (Retail) en Valores



Retail Marca
 Retail Genérico de Marca
 Retail genérico puro/ marcas propias

Valor total
145.8 MMM MXN

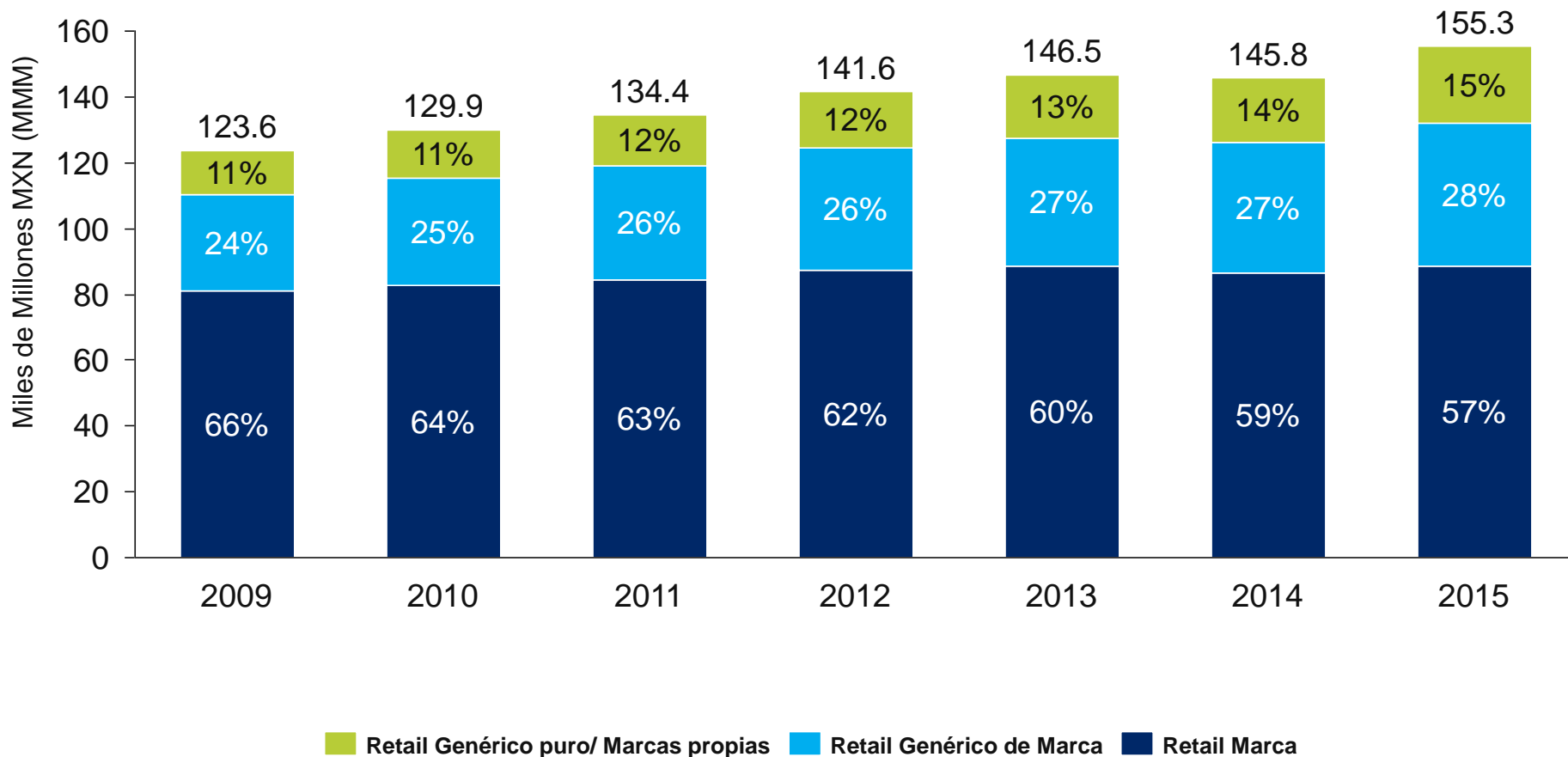
Growth
6.5%

Valor total
155.3 MMM MXN

Nomenclatura:

- MM: Millones
- MMM: Miles de millones

Histórico Mercado Privado (Retail) en Valores

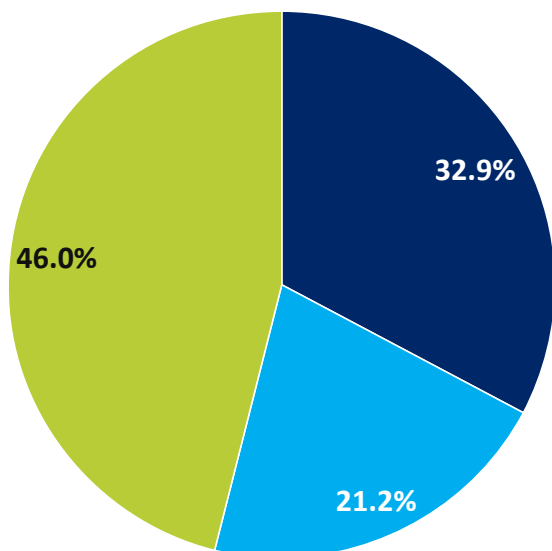


Nomenclatura:

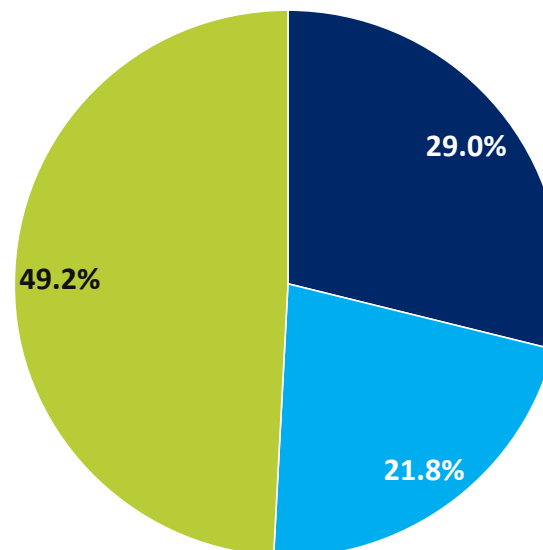
- MM: Millones
- MMM: Miles de millones

Mercado Privado (Retail) en Unidades

2014



2015



■ Retail Marca
 ■ Retail Genérico de Marca
 ■ Retail genérico puro/ marcas propias

Valor total
1.47 MMM de unidades

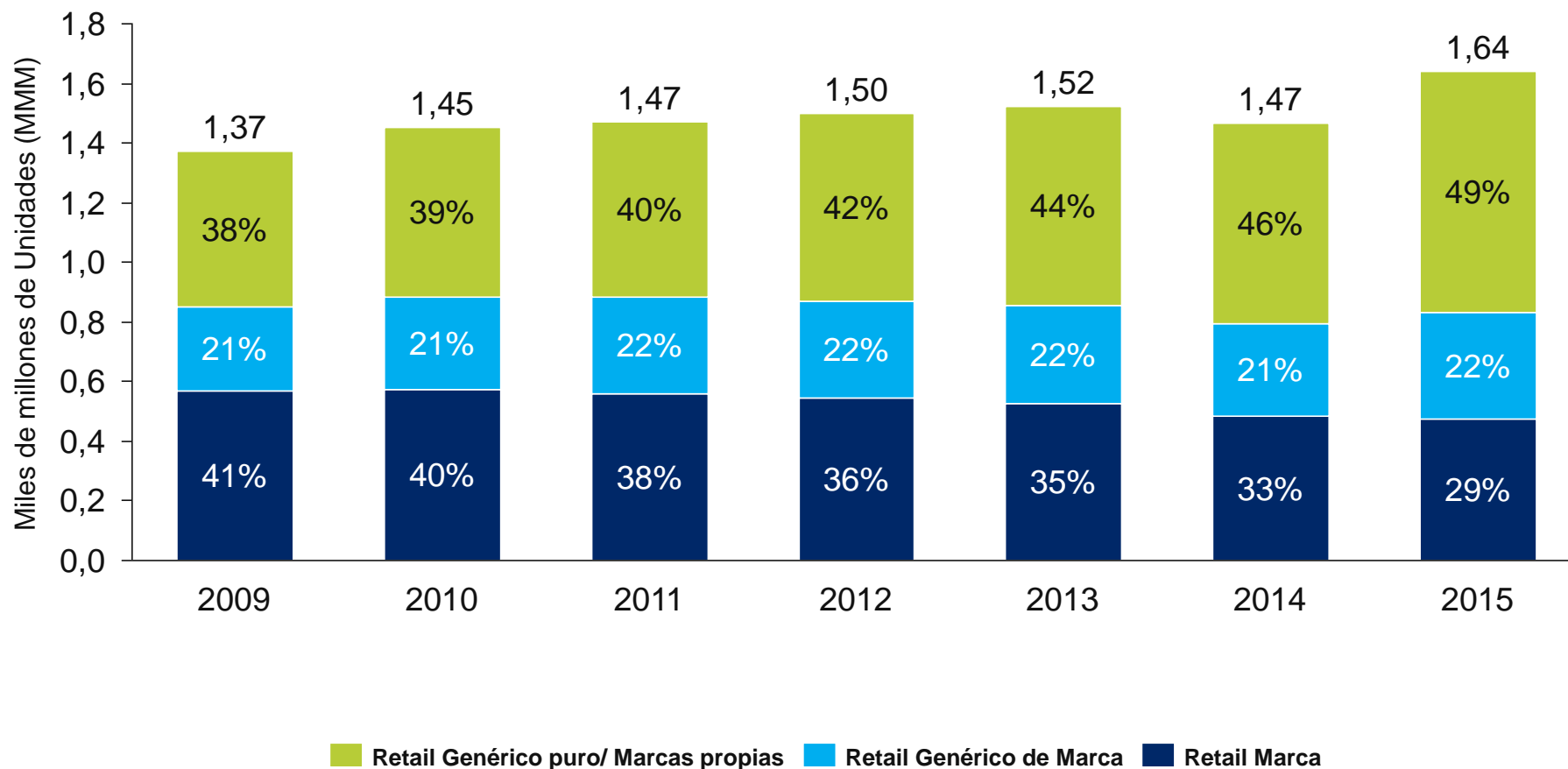


Valor total
1.64 MMM de unidades

Nomenclatura:

- MM: Millones
- MMM: Miles de millones

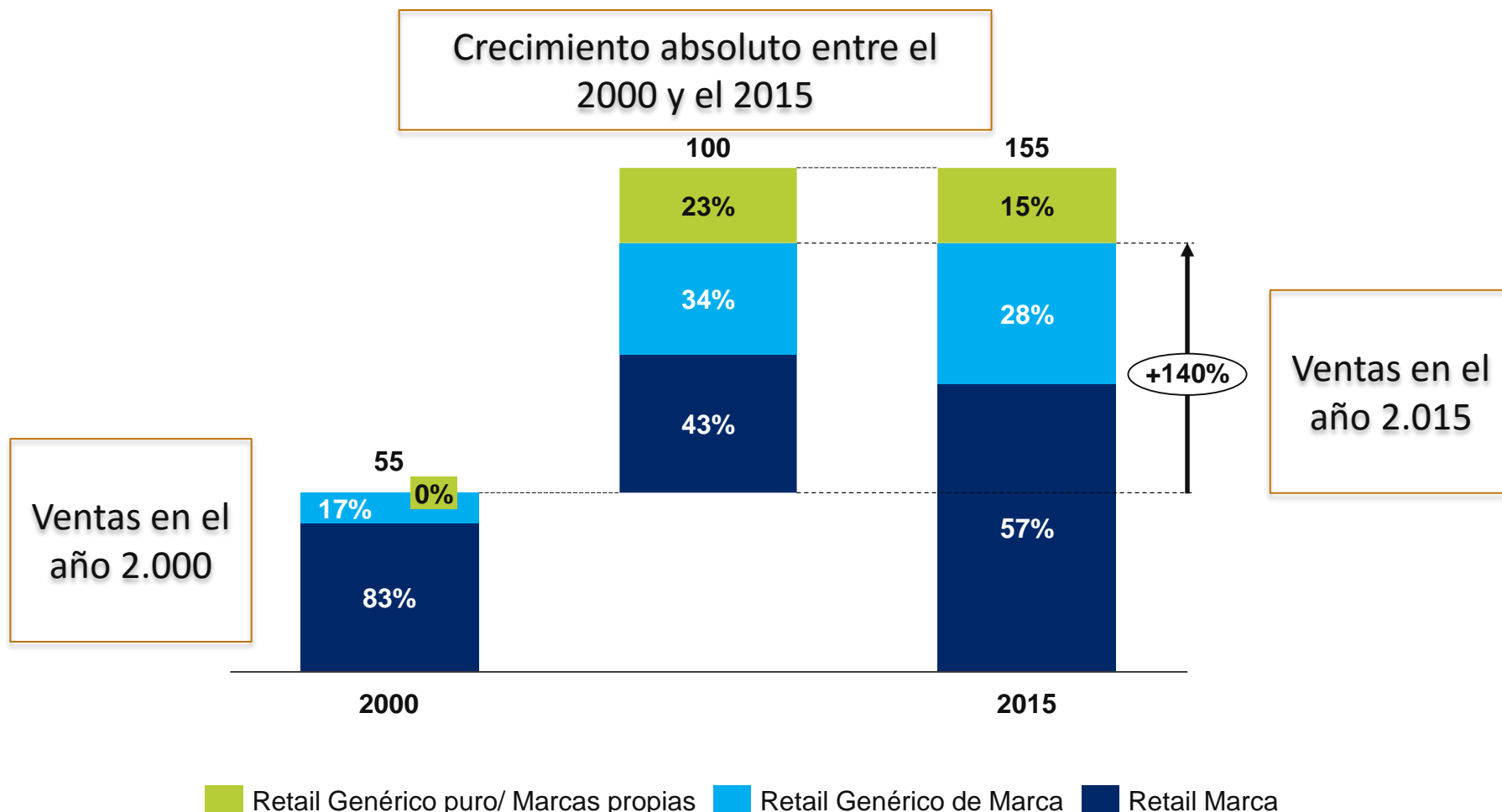
Histórico Mercado Privado (Retail) en Unidades



Nomenclatura:

- MM: Millones
- MMM: Miles de millones

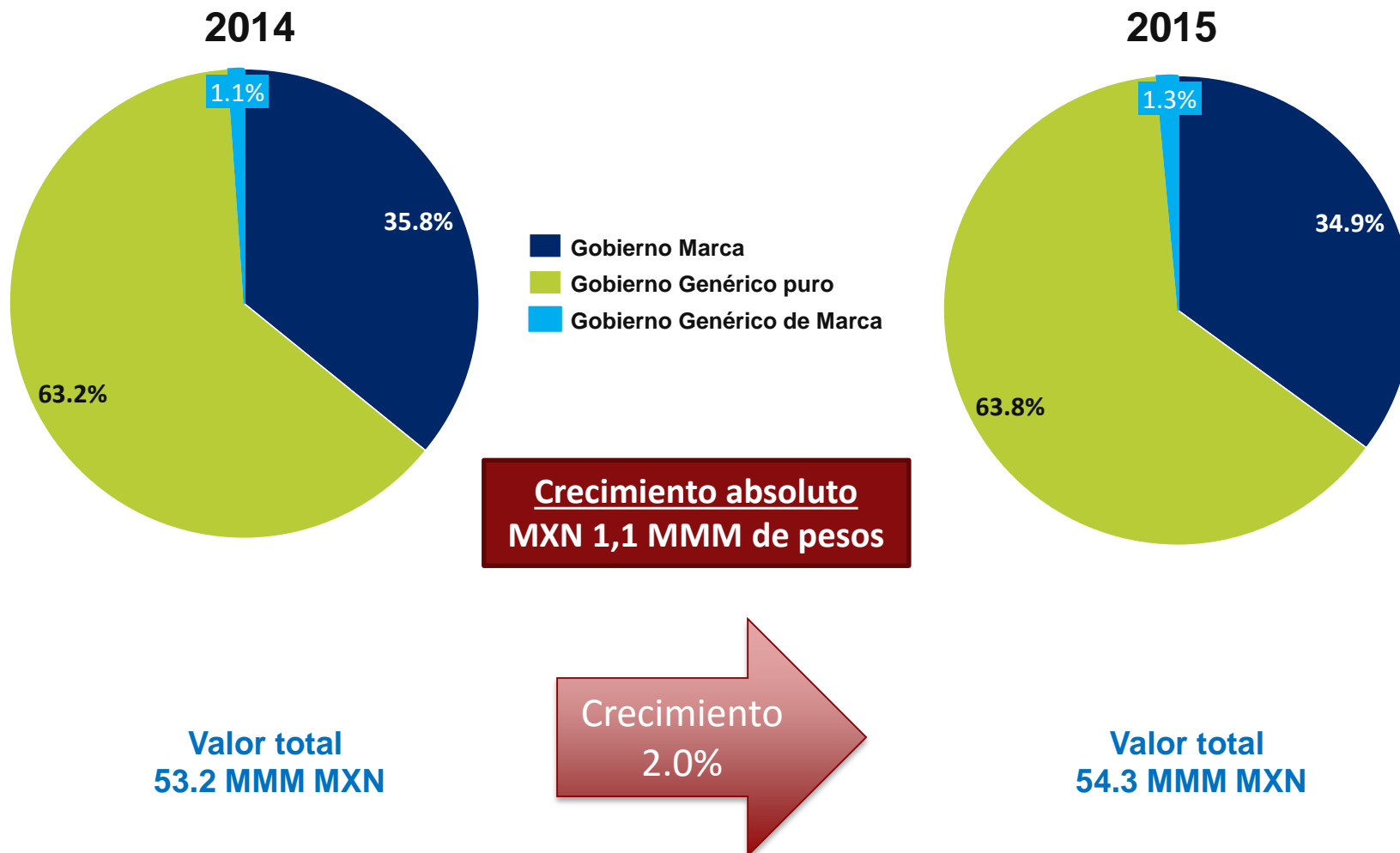
Crecimiento por tipo de producto en valores (MMM) entre los años 2.000 y 2.015



Nomenclatura:

- MM: Millones
- MMM: Miles de millones

IMS – Estimado Gobierno valores en MXN

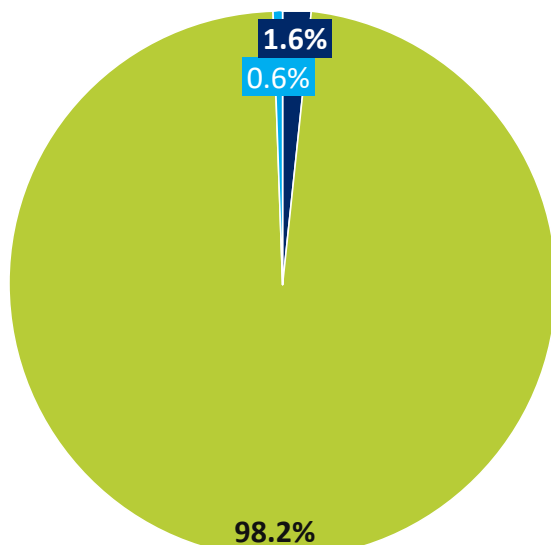


Nomenclatura:

- MM: Millones
- MMM: Miles de millones

IMS – Estimado Gobierno en unidades

2014

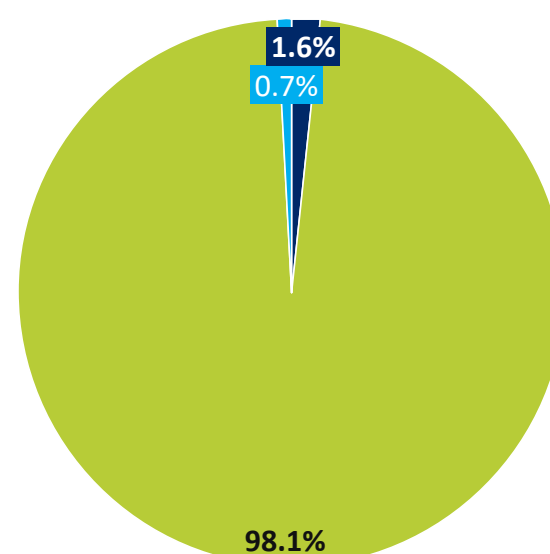


Valor total
2.7 MMM de unidades

■ Gobierno Marca
■ Gobierno Genérico puro
■ Gobierno Genérico de Marca

Crecimiento absoluto
- 63.9 MM de unidades

2015



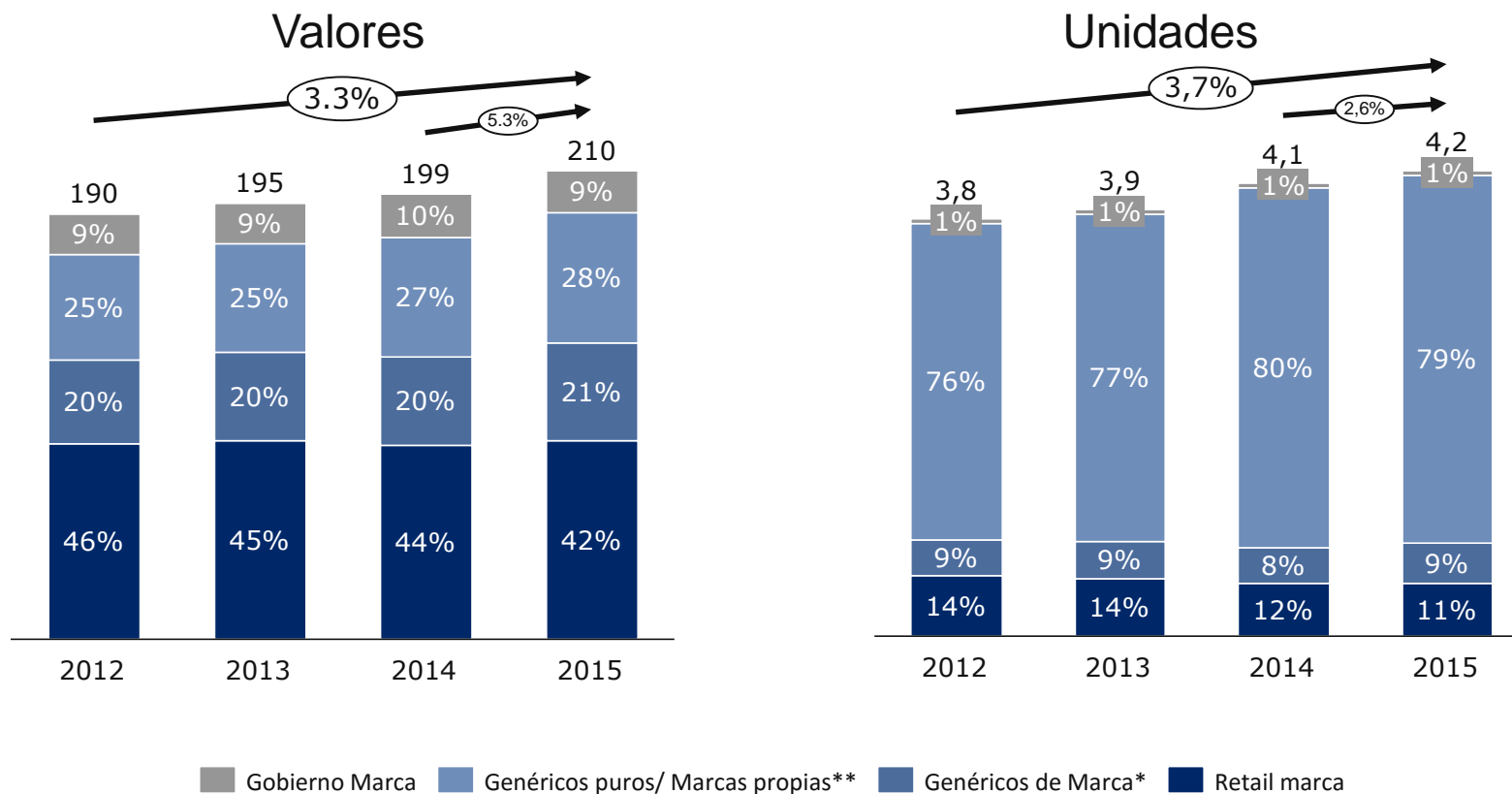
Valor total
2.6 MMM de unidades



Nomenclatura:

- MM: Millones
- MMM: Miles de millones

Mercado Total por tipo de producto - 2015



Valor total
210 MMM MXN

Valor total
4.2 MMM de unidades

*Estimated data

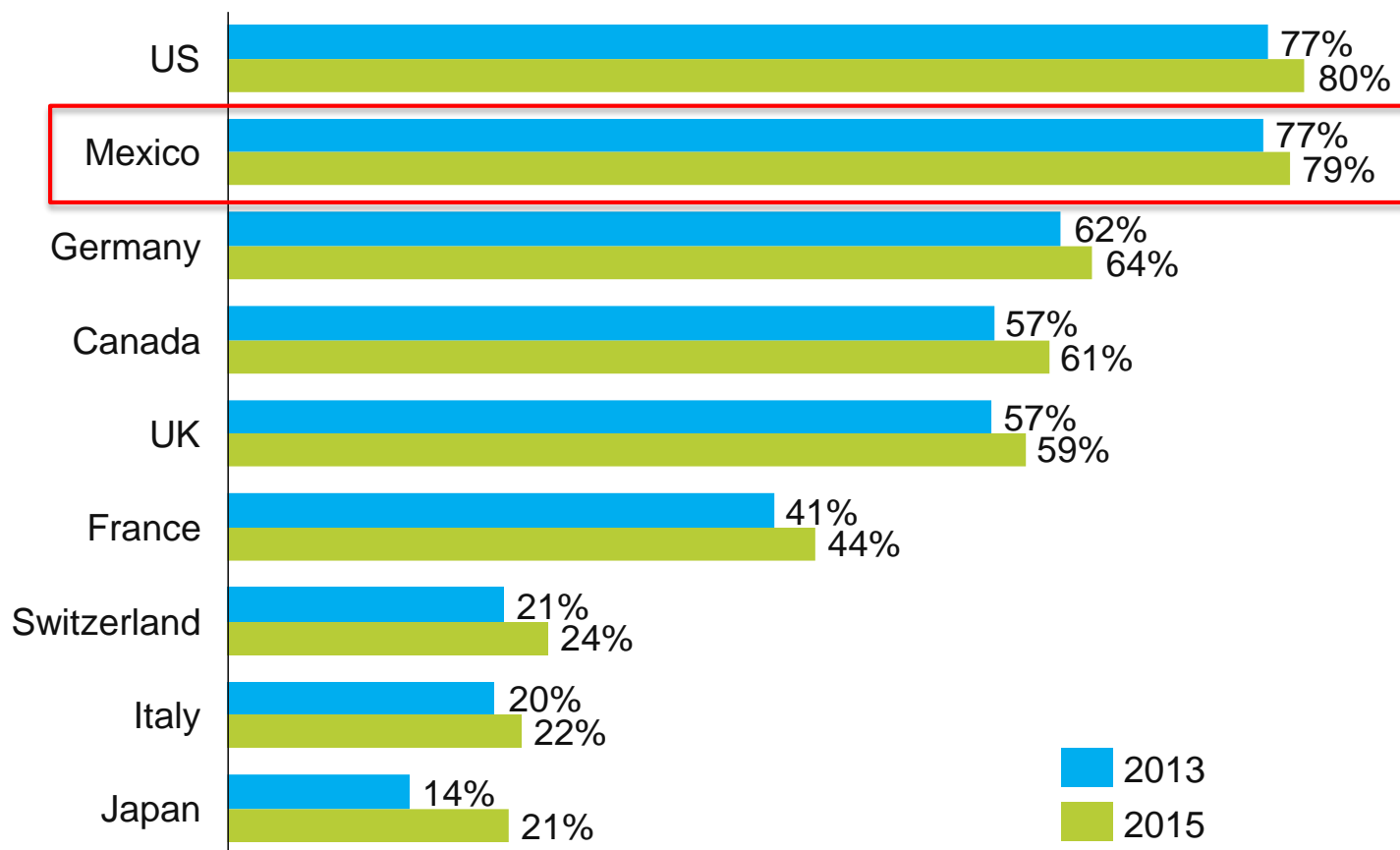
**Retail + Institutional

Nomenclatura:

- MM: Millones
- MMM: Miles de millones

Penetración de genéricos puros en el mundo

Penetración de genéricos puros*, Unidades 2015 (%)



* No se incluyen genéricos de marca

Mercado Total 2014 - 2015

	2014	2014	2014	Valores Unidades		2015	2015	2015	Valores Unidades	
	Valores	Unidades	Precio Promedio	% Share	% Share	Valores	Unidades	Precio Promedio	% Share	% Share
Gobierno Marca	19,041,044,356	43,927,757	\$ 433.5	10%	1%	18,933,606,061	41,834,133	\$ 452.6	9%	1%
Gobierno G. de Marca	558,466,385	10,382,924	\$ 53.8	0.3%	0.3%	705,263,263	11,692,770	\$ 60.3	0.3%	0.3%
Gobierno Genérico puro	33,587,763,996	2,607,977,596	\$ 12.9	17%	63%	34,612,150,908	2,544,866,455	\$ 13.6	17%	60%
Retail Marca	86,612,608,685	481,759,817	\$ 179.8	44%	12%	88,515,461,451	475,057,709	\$ 186.3	42%	11%
Retail G. de Marca	39,369,367,584	310,174,129	\$ 126.9	20%	8%	43,481,279,309	356,784,721	\$ 121.9	21%	8%
Retail Genérico puro/Marca propia	19,830,496,265	674,610,398	\$ 29.4	10%	16%	23,293,542,487	806,287,602	\$ 28.9	11%	19%
TOTAL	198,999,747,270	4,128,832,621	\$ 48.2	100%	100%	209,541,303,479	4,236,523,390	\$ 49.5	100%	100%
						5.3%	2.6%			

Conclusiones

- ❑ Los genéricos puros o marcas propias son líderes del mercado total de medicamentos en México, debido a que prácticamente ocho de cada 10 unidades que se venden en el país corresponden a este segmento para el 2015
- ❑ En el mercado privado (*retail*) los genéricos puros o marcas propias representan en unidades el **71%** del consumo en tanto las marcas se reducen al **29%**
- ❑ La mayor presencia de genéricos puros se observa en el sector Gobierno, donde estos medicamentos abarcan el **98%** de las unidades adquiridas
- ❑ La mayor presencia de los medicamentos de marca se observa en la proporción de valores en el mercado privado, en donde representan el **57%** de tal segmento.

www.amiif.org.mx

www.amiif.org.mx