LITORALPRESS

Fecha: 16-03-2026
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero
Tipo: Noticia general
Título: La batalla por la supremacía en la pérdida de peso se traslada de las inyecciones a las pastillas

Pág. : 30
Cm2: 637,2

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

La batalla por la supremacía en la pérdida de peso se traslada de las inyecciones a las pastillas

POR P. TEMPLE-WEST/A. ADEOYE
NUEVA YORK/LONDRES

El último producto en el floreciente mercado mundial de fármacos para adelgazar ha tenido un éxito arrollador, superando a casi cualquier otro producto farmacéutico anterior.

La píldora Wegovy de Novo Nordisk, de administración diaria, fue aprobada por los reguladores estadounidenses a fines de diciembre y para fines de febrero ya se habían recetado más de 300 mil unidades, según datos de IQVIA. Hasta la fecha, solo en ese país se ha lanzado el medicamento.

Para la farmacéutica danesa, esto supone un respiro. La pionera de la marca Ozempic, sinónimo de fármacos de gran éxito para adelgazar, gozaba de una posición dominante hasta hace 18 meses.

Desde entonces, ha perdido terreno frente a su rival Eli Lilly en el crucial mercado estadounidense, y el precio de sus acciones se ha visto gravemente afectado por la creciente competencia, los decepcionantes resultados clínicos y la incertidumbre sobre su cartera de productos, sus ventas futuras y sus beneficios.

El comprimido Wegovy, de Novo Nordisk, ofrece a la farmacéutica danesa una oportunidad para recuperar cuota de mercado frente a Eli Lilly.

La fuerte demanda inicial de la píldora Wegovy, que logró una pérdida de peso promedio del 17% en los ensayos clínicos, ofrece a Novo la oportunidad de recuperar terreno. Brian Lian, director ejecutivo de Viking Therapeutics, una empresa biotecnológica de San Diego dedicada al desarrollo de fármacos para la pérdida de peso, lo calificó como "el lanzamiento de un fármaco más rápido de la historia".

El lanzamiento estuvo acompañado de una intensa campaña publicitaria multimedia que incluyó el primer anuncio de Novo en el Super Bowl.

"Sin duda, esto demuestra que existe una demanda extraordinaria de estas terapias", afirmó Lian.

Nuevo campo de batalla

Así como Apple y Samsung llevan mucho tiempo compitiendo por el dominio del mercado de los teléfonos inteligentes, Novo y Lilly compiten por el liderazgo en el mercado de los fármacos para la pérdida de peso.

Lilly lidera en cuota de mercado, pero el próximo campo de batalla son las pastillas. El cambio a los tratamientos orales se considera clave para la expansión del mercado: hasta la llegada de la pastilla Wegovy, estos nuevos fármacos, de gran popularidad, debían administrarse mediante inyección.

Novo ha llegado primero a los botiquines estadounidenses, pero se espera que la pastilla para la pérdida de peso Orforglipron de Lilly, que produjo una pérdida de peso promedio de 12,4% en los ensayos clínicos, obtenga la aprobación regulatoria en abril.

Mucho depende de las decisiones de los médicos y consumidores estadounidenses.

Novo, que alguna vez fue la empresa más valiosa de Europa por capitalización bursátil gracias al éxito arrollador de Ozempic, ahora es más pequeña que sus rivales europeos AstraZeneca, Roche y Novartis en ese aspecto.

Sus acciones han caído más de 50% en los últimos 12 meses y cotizan dos tercios por debajo de su máximo de junio de 2024.

Lilly, por su parte, se ha convertido en una empresa de US$ 1 billón (millón de millones) gracias al éxito de sus medicamentos para bajar de peso, que, al igual que en el caso de Novo, se derivan de su experiencia en diabetes.

Tras haber tenido dificultades para compensar las ventas perdidas cuando expiraron las patentes de algunos de sus medicamentos más rentables en la década de 2010, la tirzepatida de Lilly -vendida como Zepbound para la pérdida de peso y Mounjaro para la diabetes- es ahora el segundo medicamento más vendido del mundo.

Pero Evan Seigerman, analista de BMO Capital Markets, cree que el exitoso lanzamiento de Wegovy en Estados Unidos demuestra que Novo ha aprendido de sus errores. Anteriormente, tuvo dificultades para adaptar su cadena de suministro a la enorme demanda, pero ahora ha aumentado su capacidad de fabricación y cuenta con un programa para vender el medicamento directamente a los consumidores, sin intermediarios.

"Probablemente, la píldora fue uno de los lanzamientos más rápidos que hemos visto" en el sector farmacéutico, afirmó. "No creo haber visto nada igual. Pero, de nuevo, (la píldora) es un producto ampliamente disponible, muy popular y de fácil acceso".

Novo tenía "la oportunidad de recuperar parte de su cuota de mercado con la píldora", añadió, "pero solo hasta que se apruebe Orforglipron".

Desafíos para Novo

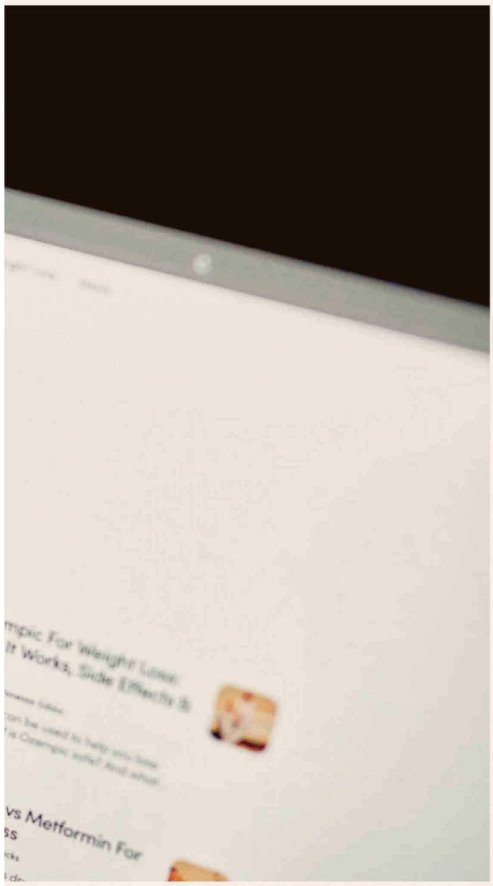
Aun así, la farmacéutica danesa tiene que afrontar varios retos. La semaglutida, el principio activo de Wegovy y Ozempic, sus respectivos tratamientos para la pérdida de peso y la diabetes, perderá la protección de patente en India, China, Brasil y Turquía este año.

LITORALPRESS

Fecha: 16-03-2026
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero
Tipo: Noticia general
Título: La batalla por la supremacía en la pérdida de peso se traslada de las inyecciones a las pastillas

Pág. : 31
Cm2: 494,7

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida



Ya ha perdido la protección de patente en Canadá, el segundo mercado más grande del mundo para medicamentos para bajar de peso y para la diabetes.

En Brasil, 11 fabricantes han solicitado la aprobación regulatoria para producir medicamentos genéricos para bajar de peso cuando Novo pierda la protección de patente en el país el próximo mes, según Jefferies. En India, se espera que alrededor de 40 fabricantes locales compitan y reduzcan a la mitad el precio de los medicamentos para bajar de peso, indicó el banco de inversión.

Mientras que la píldora Wegovy de Novo debe tomarse con el estómago vacío y los pacientes deben esperar al menos 30 minutos antes de comer, beber o tomar otros medicamentos orales para que tenga tiempo de absorberse, la píldora de Lilly no tiene las mismas restricciones.

Mike Doustdar, director ejecutivo de Novo, reconoció que la píldora no se puede tomar con alimentos, pero afirmó que esto no ha representado una gran preocupación para los pacientes. "(La gente) se ducha, se viste y baja o desayuna donde sea, y antes de que se den cuenta, ha pasado la media hora", dijo.

La posición dominante de Lilly en el mercado estadounidense queda patente en los datos de prescripciones. Su cartera de medicamentos para bajar de peso, incluidos los tratamientos para la diabetes, representaba 1,4 millones de prescripciones a fines de febrero, según IQVIA.

Los medicamentos para bajar de peso de Novo -incluidas pastillas e inyecciones- representaron 924 mil recetas.

Estas cifras no incluyen todas las ventas en línea de las compañías. Doustdar declaró al FT que se han emitido más de 600 mil recetas solo para la pastilla Wegovy desde su lanzamiento.

Michael Nedelcovych, director de análisis de renta variable de TD Cowen, afirmó que la pastilla Wegovy podría ofrecer a Novo una forma de competir. "Si Novo logra un lanzamiento exitoso y accede a ese mercado, esa es una manera de luchar", dijo. La compañía también podría beneficiarse si algunos pacientes prefieren tomar una pastilla en lugar de una inyección, al menos hasta que Lilly lance su propia versión.

US$ 149
AL MES CUESTA LA PASTILLA WEGOVY EN EEUU.

US$ 1.300
MENSUALES PUEDEN COSTAR LAS INYECCIONES PARA BAJAR DE PESO.

Diferencia de precios

También es crucial el precio. Algunos pacientes que usaban inyecciones para bajar de peso de Lilly cambiaron a la pastilla Wegovy de Novo "porque era más barata", según Daniela Hurtado Andrade, doctora en Jacksonville, Florida. Novo vende las dosis más bajas de 1,5 mg y 4 mg de su píldora Wegovy a US$ 149 al mes en EEUU hasta abril, cuando la dosis de 4 mg subirá a US$ 199 mensuales. Los pacientes con seguro médico pueden pagar tan solo US$ 25 al mes por las dosis más bajas. Las dosis más altas, de 9 mg y 25 mg, tienen un precio de US$ 299 al mes.

"Si es más barata que las opciones inyectables, podría ser un motivo para considerar (la píldora)", dijo Hurtado Andrade.

En el caso de las inyecciones para bajar de peso, el precio de lista, pagado por personas sin seguro médico, puede llegar a ser de hasta US$ 1.300 al mes. Con seguro médico y descuentos, el costo es considerablemente menor.

Lilly ha anunciado que venderá Orforglipron a US$ 149 al mes, con dosis más altas que costarán hasta US$ 399.

El precio también podría ayudar a determinar la rapidez con la que las píldoras se expandan en el mercado, ya que hay indicios tempranos de que los medicamentos orales para bajar de peso están atrayendo a nuevos pacientes.

En un informe del mes pasado, Goldman Sachs afirmó que la adopción "sin precedentes" de la píldora se debía a nuevos usuarios, y no a personas que abandonaban las inyecciones.

Lian, de Viking Therapeutics, coincidió en que personas que antes no habían tomado medicamentos para bajar de peso ahora compraban la píldora, lo que sugiere que hubo poca "canibalización" de los tratamientos inyectables.

Pero la expansión del mercado no significa que la competencia vaya a disminuir. Los nuevos participantes aún necesitarán un claro elemento diferenciador, afirmó Marek Poszepczynski, cogestor del fondo de inversión en biotecnología de Schroders.

"Es necesario tener una ventaja competitiva; de lo contrario, no tiene sentido competir en este mercado".

AGROSUPER

AVISO DE CITACIÓN
JUNTA ORDINARIA DE ACCIONISTAS AGROSUPER S.A.

Por decisión del Directorio de Agrosuper S.A. (en adelante la "Sociedad"), se cita a los accionistas a Junta Ordinaria de Accionis-

AQUACHILE

AVISO DE CITACIÓN
JUNTA ORDINARIA DE ACCIONISTAS
EMPRESAS AQUACHILE S.A.

Por decisión del Directorio de Empresas AquaChile S.A. (en