

HOSPITALES, UN MERCADO QUE SE RALENTIZA AÑO TRAS AÑO



Directivos de IMS: Concha Almarza (directora de Operaciones), Miguel Martínez (Manager de Hospitales) y Gabriel Morelli (director general)

Según la consultora especializada en salud IMS Health, el análisis del mercado hospitalario anual ofrece una clara ralentización del crecimiento que se confirma año tras año. En el año 2012 el crecimiento fue de 0,6% (PVL) respecto al año anterior. El mercado se mantuvo en cifras positivas en virtud del cambio de dispensación de algunos fármacos desde la farmacia comunitaria a la de hospital, fenómeno que se ha ido acrecentando en los últimos años.

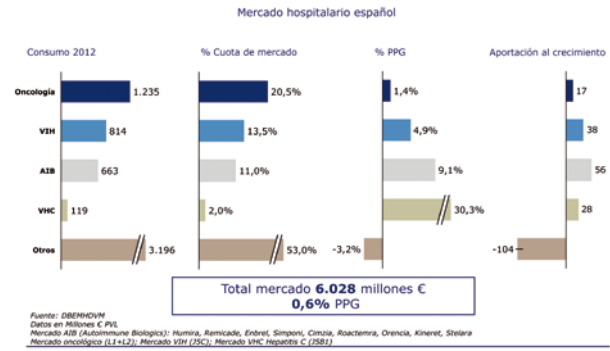
El último trimestre de 2012 mostró un crecimiento del 1,6% en el mercado hospitalario, valorado en euros PVL. Este crecimiento compensó el crecimiento negativo del trimestre anterior, que se situó en el -2,4%, pero no supuso un cambio de tendencia en el comportamiento del mercado hospitalario. Confrontando el mercado de marcas con el de genéricos en valores (PVL) se observó que el primero experimentó crecimiento, mientras que el segundo creció en unidades pero decreció en valores por las bajadas de los precios. Una vez visto el crecimiento de las Top 10 ATC3 (Subgrupos terapéuticos, OMS) en este mercado, se observó que 7 de ellos contaron con crecimiento positivo, siendo negativo en el caso de las restantes. La evolución trimestral desde el primer trimestre de 2011 demostró una tendencia a la ralentización del crecimiento, traduciéndose en crecimientos negativos del mercado, concretamente en el último trimestre de 2011 y el tercer trimestre de 2012. Precisamente a mediados de 2012, el mercado farmacéutico total sumó 15.811 millones de euros, representando el hospitalario el 37,8% (5.981 millones de euros) con un crecimiento del 1,5.

Por el contrario, el mercado de *retail* se situó en el 62,2% (9.830 millones de euros), con un crecimiento negativo del -7,2%. En cuanto a la relación entre genéricos y marcas, los primeros apenas sumaron el 5,4% en junio de 2012 (321 millones de euros) frente al 94,6% de las marcas (5.660 millones de euros), siendo los PPG (porcentajes de crecimiento) respectivos de -7,7% y 2,1%.

Los 4 grandes del mercado hospitalario

Las cuatro áreas terapéuticas reinas en el ámbito hospitalario son terapias contra el Cáncer (Oncología), fármacos para el virus de la inmunodeficiencia humana (VIH), Terapias Biológicas para las Enfermedades Autoinmunes (AIB) y medicamentos contra la Hepatitis C (VHC). Juntas sumaron en 2012 el 47% del total del mercado hospitalario, con crecimientos superiores al de la media del mercado (0,6), siendo respectivamente de 1,4%, 4,9%, 9,1% y 30,3%. Según **Concha Almarza**, directora de Operaciones de IMS Health, "las cuatro grandes familias de fármacos, crecen más en unidades que en valor, sin que los precios medios altos de los medicamentos sean la razón". Área a área, cada una presentaron sus propios comportamientos de mercado. En **Oncología**, el mercado de retail unido al de hospital decreció un 8% en los dos últimos años, con una reducción del negocio de 129 millones de euros. Esto supuso pasar del 11,7% obtenido en 2009, en cuatro años, a un crecimiento negativo del -5,2% en 2012. No obstante el decrecimiento se vio atenuado por el comportamiento de las terapias dirigidas en comparación con el resto de la Oncología. En el primer caso el decrecimiento fue del -1,8%, frente al -10,2 del segundo, en 2012. Comparando el mercado oncológico de *retail* y el hospitalario, la tendencia coincidió en que ambos canales fueron decrecientes, especialmente *retail*, donde existió un grupo de productos que dejaron de dispensarse en la farmacia de calle y el crecimiento cayó el -29,6%. Pese a los datos de 2012 y la evolución que tenga el mercado de Oncología Hospitalaria en 2013, se espera que el *pipeline* de productos en esta área terapéutica cambie de situación a partir de 2014. En el año en curso, 25 productos se hayan en fase de registro o de preregistro.

Dichos mercados concentran el 47% del mercado hospitalario total y experimentan crecimientos superiores a lo que crece el mercado

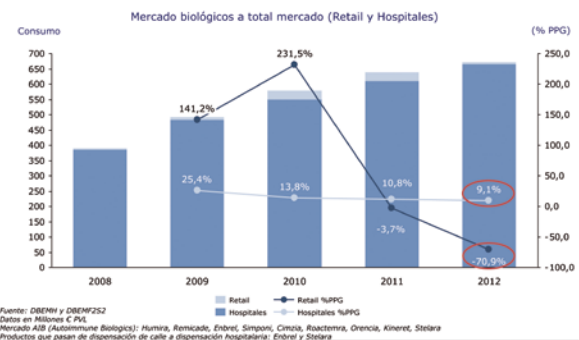


ims

Oncología, VIH, AIB y VHC ya suponen el 47% del mercado hospitalario

AIB

Observando la tendencia de ambos canales, vemos en 2012 el efecto del cambio a dispensación hospitalaria de algunos productos



ims

El mercado hospitalario superó los 6.000 millones de euros en 2012

Consumo del mercado hospitalario por ATC (000€)

	Valores				Unidades			
	Qtr/12/2012	Var (%)	MAT/12/2012	Var (%)	Qtr/12/2012	Var (%)	MAT/12/2012	Var (%)
TOTAL MERCADO HOSPITALARIO	1.515.215	1,6	6.027.695	0,6	300.262	-0,6	1.193.313	-0,9
L1X TODOS LOS OTROS ANTINEOPL	215.613	1,7	878.563	4,3	2.069	26,9	8.077	31,0
J5C ANTIVIRALES VIH	200.388	5,1	813.671	4,9	23.567	-1,5	98.521	0,9
L4B PRODUCTOS DE ANTI-TNF	150.308	6,2	603.104	6,2	393	5,2	1.592	4,5
B2D COAGULACIÓN DE LA SANGRE	56.250	-4,1	236.000	-3,3	93	-3,6	398	-2,1
L4X OTROS INMUNOSUPRESORES	61.716	19,2	231.871	18,9	2.376	-1,8	9.396	3,1
B3C ERITROPOYETINAS	51.553	-18,8	215.885	-15,9	858	1,0	3.454	0,9
L3B INTERFERONES	42.751	-4,4	182.772	2,8	338	-15,6	1.537	-10,1
L1B ANTIMETABOLITOS	44.580	11,0	182.004	13,9	4.568	87,6	16.698	83,7
J5B ANTIV EXCL PROD ANTI-VIH	51.202	106,7	141.778	23,8	3.770	32,3	12.706	-3,8
J2A ANTIMIOTICOS SISTEMIC	36.455	16,9	136.412	10,6	265	5,9	2.226	2,6

Consumo del mercado hospitalario según los productos de marcas y genéricos (000€)

	Valores				Unidades			
	Qtr/12/2012	Var (%)	MAT/12/2012	Var (%)	Qtr/12/2012	Var (%)	MAT/12/2012	Var (%)
MARCAS	1.434.364	1,8	5.711.947	0,8	231.493	-3,9	937.570	-3,9
GENERICOS	80.851	-1,7	315.748	-3,4	68.768	12,0	255.743	11,4

En 2014 se contará con novedades para cánceres de Vejiga, Cerebro, Cérvix, Esófago, Endometrio, Mama, Colorrectal y Carcinoma de células basales. En 2015 y 2016 la progresión de medicamentos aumentará y es previsible que hacia 2017 haya cerca de 300 moléculas en Fase 1.

En cuanto a terapias biológicas **AIB**, se trata de un mercado compuesto por marcas como *Humira, Remicade, Enbrel, Simponi, Cimzia, Roactemra, Orencia, Kineret, Stelara*. La suma del mercado de *retail* y de hospital creció un 16,1% en los dos últimos años, lo que supuso un incremento de 93 millones de euros, lo que sin embargo supuso pasar de un crecimiento de 26,5% en 2009 a otro mucho más bajo (5,5%) en 2012. Por especialidades, Digestivo fue la que más peso ganó en los últimos años debido al uso *off-label* de Cimzia y Stelara en Enfermedad de *Crohn*, bastante por encima de Dermatología y acercándose a Reumatología. Por su parte, en el mercado de **VIH** se experimentó un crecimiento anual del 5% en 2012, al tiempo que 2013 se va a caracterizar por algunos lanzamientos importantes. El mercado de **Hepatitis C** ganó dimensión en 2012, gracias al lanzamiento de las moléculas Boceprevir y Telaprevir, quedando la puerta abierta a nuevos lanzamientos los próximos años. Finalmente, el **resto del mercado** retrocedió un -3,2%, entendido este bloque como Oncología (L1+ L2), VIH, VHC (J5B1), AIB (*Autoimmune Biologics: Humira, Remicade, Enbrel, Simponi, Cimzia, Roactemra, Orencia, Kineret, Stelara*).

Tipos de pacientes

Llama la atención en la evolución del mercado hospitalario durante 2012 la diferenciación según los tipos de pacientes. El 73% del consumo en valores se concentró en pacientes externos y pacientes ambulatorios, siendo los primeros que ganaron porcentaje en 2011 (+5,2%). En 2012 los pacientes externos sumaron un 44% del consumo en valores PVL, suponiendo un incremento del 5,2% respecto al año anterior. Por su parte, pacientes ambulatorios, considerados como los de consultas externas y hospitales de día, significaron el 29% en 2012, con un incremento negativo del -2,7% respecto a 2011. El consumo en valores PVL en 2012 para los pacientes hospitalizados fue del 19%, con un decrecimiento de -1,4%. En el capítulo otros, es decir, pacientes que ni son externos, ni ambulatorios ni de hospitalización, el porcentaje de consumo en valores PVL se situó en el 8% en 2012, con un crecimiento negativo del -1,1%. En resumidas cuentas, y según las palabras de Concha Almarza, "el único tipo de paciente que creció en valores el año pasado fue el de los externos, sumando con los ambulatorios tres cuartas partes del consumo, como reflejo de la gestión que se hace de la enfermedad, aunque unidades, más del 50% del consumo corresponde a pacientes que sí están en los hospitales". +

El traspaso de la dispensación de Retail a Hospital mantiene este último mercado en cifras positivas

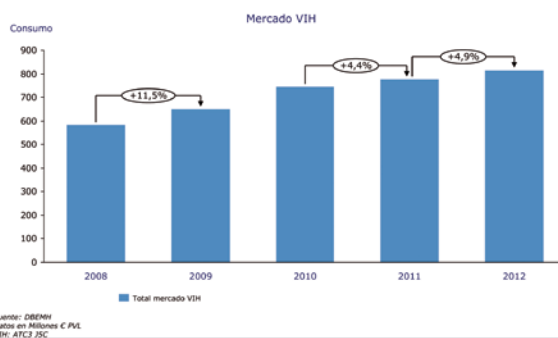
Panel de Hospitales de IMS Health

- Evolución del mercado hospitalario a nivel nacional a través de 139 hospitales (generales, especializados, privados y oncológicos)
- Instalación del módulo de extracción de datos en la Farmacia Hospitalaria
- Envío mensual automatizado de consumo farmacéutico hospitalario
- Integración de la información de los hospitales del panel
- Elaboración de informes feedback a hospitales
- Factores de reducción del coste farmacéutico
- Potencial de ahorro en el medio hospitalario

IMS Health registra el 75% de las ventas mundiales de medicamentos, almacena billones de transacciones de más de 1 millón de productos, da soporte a más de 3.000 compañías farmacéuticas y colabora con la Administración Sanitaria en EEUU y los países más importantes de Europa

VIH

El mercado de VIH tiene un crecimiento anual de un 5% en el último año, existiendo lanzamientos de fármacos en 2013



ims

Productos que pasaron a dispensación hospitalaria en 2012

Oncología

- GLIVEC
- XELODA
- TARCEVA
- TASIGNA
- NEXAVAR
- TEMODAL
- TYVERB
- SPRYCEL
- TARGRETIN
- SUTENTX

Terapias Biológicas AIB

- ENBREL
- STELARA