hmR pone la lupa en las necesidades de sus clientes para crear nuevas soluciones

PRIMERO, CONSOLIDÓ EL NEGOCIO EN ÁMBITO DE LOS ESTUDIOS DE MERCADO EN PORTUGAL, PAÍS EN EL QUE INICIÓ SU IMPLEMENTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA. HMR (HEALTH MARKET RESEARCH) HOY OPERA EN ESPAÑA E IRLANDA CON GRAN DINAMISMO, CONTANDO CON UNA CARTERA DE MÁS DE 100 CLIENTES DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA.

Los estudios de mercado producidos por hmR (Health Market Research) son una respuesta al propio cambio del modelo de negocio en la industria farmacéutica. **Marco Patinha**, su *Country Manager en España*, señala que hacer llegar el producto al consumidor o tratar pacientes son objetivos prioritarios en la agenda de sus clientes. "*Los estudios de Sell Out de hmR, de venta de las farmacias a pacientes o consumidores, están basados en un panel de producción con más de 5.000 farmacias y gran cobertura nacional y regional, incorporando igualmente un sistema de variables de cuánto compran y qué stock mantienen*", aclara. Esto permite a sus clientes entender con exactitud qué cantidad de productos se comercializa en el canal de distribución. Otros estudios hmR basados en transacciones o registros reales, como, por ejemplo, estudios de prescripción y switch de prescripción, o incluso, estudios de mass market, son información con un significativo valor añadido en la gestión del negocio de sus clientes, así como en la toma de decisiones.

Hoy por hoy, son más de 100 clientes los que colaboran con hmR. A juicio de Patinha, esto les da la oportunidad de trabajar con diferentes tipologías de compañías de los segmentos de Consumer Health Care y Prescripción Médica.

Cuestionado por los productos y las herramientas que ofrecen al sector farmacéutico, detalla que es fundamental ofrecer al cliente una solución de consulta online u off-line de estudios que cuantifiquen las ventas, bien "*para un departamento de Marketing, para gestionar un portfolio, para conocer las ventas por segmentos (áreas terapéuticas, clases de productos,*

etcétera) u otros nichos, de forma personalizada. A este tipo de servicio le llamamos estudios nacionales de ventas", indica Patinha. Los estudios de análisis de ventas regionales de hmR facilitan a cada uno de los equipos de la industria farmacéutica que diariamente están visitando médicos o farmacias, promocionando medicamentos y otros productos, el cuantificar la evolución y desarrollo de su actividad. Asimismo, matiza que, en conjunto con otros indicadores de rendimiento, ágilmente, se puede premiar la colaboración.

Otros estudios más especializados de consultoría, que consolidan las diferentes tipologías de datos, son también muy solicitados. Además de proveedor de la industria, hmR hace estudios de consultoría igualmente para las farmacias. Pharmacy Watch es un estudio con el que "*gestionar mejor sus negocios de oficina, a través de la utilización de indicadores de gestión sobre el comportamiento del mercado y el entorno de su propia farmacia*".

Hoy por hoy, lo más demandado son los estudios de encuestas a las farmacias, tratando diferentes temas relacionados con el ciclo de vida del producto de Salud. Igualmente, los Profiling de farmacias tiene una fuerte aceptación por parte de sus clientes. Patinha añade que, sin lugar a dudas, lo que más demanda el cliente de por sí, es que le escuchen y que hmR ponga la lupa en sus necesidades para crear nuevas soluciones. "*Es nuestra prioridad, crear estudios y soluciones personalizados, sacando partido a nuestra flexibilidad*", asegura.

Radiografía del sector

En el último año, el mercado farmacéutico creció en torno a un 1,4% en valores. El Country Manager considera que "*el crecimiento del mercado farmacéutico viene liderado por el segmento de genéricos, que presenta una subida de casi un 5% en valores y de casi un 3% en unidades vendidas respecto a MAT 2014 (12 meses movibles)*". Además, Consumer Health aporta aumento al mercado con una evolución similar: crece un 2,6% en unidades y un 4,1% en valores.

El crecimiento del segmento de genéricos puede, en palabras de Patinha, deberse a dos razones: "*El entorno legislativo y la pérdida de patentes*". El efecto del Real Decreto-ley 16/2012

"EL CRECIMIENTO DEL MERCADO VIENE LIDERADO POR LOS GENÉRICOS, CON UNA SUBIDA DE CASI UN 5% EN VALORES"

TENDENCIA DEL MERCADO FARMACÉUTICO
Variación MAT Diciembre 2015 vs MAT Diciembre 2014

** Total Consumer Health comprende los siguientes segmentos: OTC y suplementos, Personal Care e Higiene oral, Patient Care y Nutrición.*
Fuente: hmR

Marco Patinha

Carlos Guedes

EVOLUCIÓN MERCADO POR CCAA
Variación Valores YTD Diciembre 2015 vs YTD Diciembre 2014

CC.AA	T.Mercado	T.Prescripción	Marca	Gener.	CH
Total Nacional	1,4%	0,2%	-1,0%	4,7%	4,1%
Andalucía	2,3%	1,5%	-0,5%	7,6%	3,8%
Aragón	5,1%	4,6%	4,6%	4,9%	6,7%
Asturias	1,6%	1,8%	0,3%	9,7%	0,9%
Cantabria	9,4%	11,0%	10,9%	11,2%	5,0%
Castilla la Mancha	2,0%	1,0%	-0,1%	4,9%	5,4%
Castilla y León	3,4%	1,9%	0,8%	5,0%	9,0%
Cataluña	2,6%	0,4%	-1,0%	4,8%	6,7%
Com. Valenciana	0,7%	-0,5%	-0,9%	1,8%	2,7%
Extremadura	0,4%	0,0%	-0,7%	3,6%	2,3%
Galicia	-7,8%	-9,2%	-10,3%	-4,7%	-2,8%
Islas Baleares	-1,9%	-2,4%	-3,3%	1,5%	-0,6%
Islas Canarias	2,7%	1,4%	1,2%	2,3%	6,7%
La Rioja	3,4%	1,6%	1,5%	2,3%	9,0%
Madrid	2,5%	2,0%	0,1%	8,5%	3,6%
Murcia	4,2%	1,2%	-0,3%	9,3%	15,3%
Navarra	0,6%	-1,0%	-1,6%	1,3%	5,7%
País Vasco	-2,1%	-1,6%	-1,8%	-1,3%	-3,2%

Fuente: hmR

favoreció la dispensación de medicamentos genéricos en 2015. La prescripción por principio activo, al no permitir la salida de marcas excepto por razones terapéuticas, benefició el aumento de la salida de este tipo de medicamentos. Asimismo, también puede afectar al desarrollo de genéricos la pérdida de algunas patentes importantes ocurridas en 2015, como el principio activo Pregabalina. A partir de enero de 2016, cambió de nuevo la legislación y ya no es obligatoria la dispensación de genérico y se autoriza la bonificación (>10%) de cualquier producto de prescripción. El directivo de hmR advierte de que "*esto puede suponer un freno al potencial de crecimiento de medicamentos genéricos de cara al futuro*".

Cuando desglosa los datos por CC-AA; subraya que los medicamentos genéricos crecen en prácticamente todas las comunidades; destacando Cantabria, Asturias y Andalucía. Las marcas, por el contrario, presentan decrecimientos en diez de las 17 CC-AA. Las otras siete arrojan un menor crecimiento en medicamentos de marca que de genéricos. Mientras tanto, Consumer Health prospera en todas las comunidades excepto en Galicia, País Vasco y Baleares.

Con todo, "*el mercado en farmacia crece un 3,2% en valores y un 1,4% en unidades en los últimos doce meses, con subidas en todos sus segmentos*". Los genéricos siguen incrementándose en valores más que los demás segmentos y las marcas se suman a esta tendencia de crecimiento.

"*El sector farmacéutico lleva en crecimiento los dos últimos años, pero su salud irá en parte ligada al contexto legislativo*", manifiesta Patinha. La I+D hace crecer el mercado por la aparición de nuevas moléculas, cuya mayor eficacia en el tratamiento de las patologías supone un aumento del gasto farmacéutico. En contrapartida, está la pérdida de patentes, y como consecuencia, la aparición de EFG contrarrestará ese aumento. Concluye: "*El balance hasta ahora está siendo positivo para el mercado. Por otro lado, la industria está identificando otros segmentos de oferta, como son los medicamentos biosimilares. Habrá que seguir en detalle la evolución que presenten a medio plazo*". La visión de hmR está basada en un posicionamiento de colaboración entre todos los agentes económicos del mundo de la Salud y de la Economía; e igualmente, una comunicación abierta entre la actividad del sector privado y público.

TENDENCIA DEL MERCADO FARMACÉUTICO
Variación MAT Agosto 2016 vs MAT Agosto 2015

** Total Consumer Health comprende los siguientes segmentos: OTC y suplementos, Personal Care e Higiene oral, Patient Care y Nutrición.*
Fuente: hmR

"El binomio coste-beneficio está en nuestras agendas"

Marco Patinha analiza en retrospectiva el entorno de crisis vivido en los últimos años y el hecho de que ahora mismo nuestras economías se comportan en positivo. Explica que hemos aprendido del pasado y que "*tenemos presente, de cara al futuro, que el binomio coste-beneficio (variable en la economía de Salud) está en nuestras agendas*". Insiste en que no nos olvidamos de que los recursos son escasos.

En ese sentido, la industria tiene claro que su cliente, paciente o consumidor, hoy está más informado. Con el advenimiento de las tecnologías y de la movilidad, existen nuevas formas a través de las cuales la industria se acercar al paciente y logra la continuidad terapéutica o adhesión. El Country Manager de hmR España considera que "*el mercado hospitalario siempre impactará significativamente en el gasto público*" y que "*hablamos de temas muy serios como la oncología o medicamentos biológicos*". "*Algunos legisladores, no sólo en nuestro país, ya han incorporado en su gestión, la posibilidad de que algunos productos hospitalarios se puedan dispensar en las Oficinas de Farmacia como respuesta a la necesidad de un sistema de Salud integrado*", declara.