

# Crecimiento a paso firme en el mercado farmacéutico total



---

Según las previsiones de la firma internacional IQVIA, 2018 se confirma como año de crecimiento en el mercado farmacéutico total, compuesto por las ventas en oficinas de Farmacia y el consumo de medicamentos realizado en hospitales. Con un crecimiento más que probable del 2,8% en valor, el sector salud se dirige hacia los 20.000 millones de euros destinados a fármacos.

---

**T**al como predijo IQVIA, se mantiene la tónica de un 2% de crecimiento como valor medio para el mercado farmacéutico total, durante el periodo de 2018 de 2021, liderado por el consumo hospitalario de medicamentos, pero que aún mantiene mucha fuerza a través de las ventas de medicamentos realizadas en oficinas de farmacia.

Atendiendo también a la proyección realizada por IQVIA en 2018, hacia el año 2021, es más que probable que el mercado farmacéutico total se sitúe entorno a los 21.300 millones de euros. A ese escenario, o su contrario, contribuirán factores tanto facilitadores como entorpecedores. Entre los primeros, considerados favorables, está el factor demográfico definido por el envejecimiento natural de la población, y explicado por una sanidad eficaz y la contención de los factores de mortalidad. Dado que el grupo de población que supera los 65 años de edad aumenta por encima de la media poblacional, impulsando el crecimiento del mercado. Mientras que el lanzamiento de nuevos productos a los que pudiera haber lugar en los próximos años también tiene un efecto expansivo sobre ventas y consumo.

Por el contrario, tiene efecto antiexpansivo del mercado la aparición de genéricos al reducir su valor contable las moléculas que van perdiendo su patente y son sustituidos por los EFG durante el periodo 2015-2021. Junto a esta posibilidad mercantil, muy sujeto a la regulación que se realice en cada momento, también

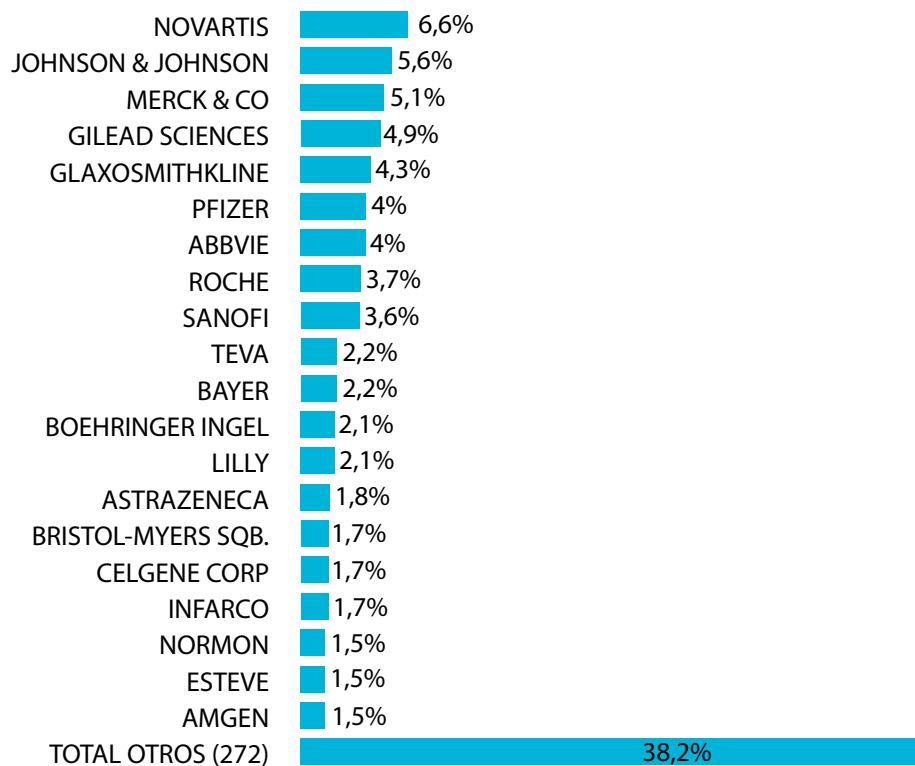
existen medidas de gran efecto potencial. Entre ellas está la figura impositiva del copago, que podría incrementarse a medio plazo, provocando una reducción de las ventas y el consumo en volumen. Con efecto ya constatado de una reducción del 10% el volumen del mercado desde julio 2012, año en el que se aprobó el real decreto ley 16/2012. Además de la posible actualización de los límites de aportación. Y así como cualquier hipotética desfinanciación que pudiera haber sobre nuevos grupos de fármacos, aunque la reducción del gasto no siempre se transforme de manera automática en disminución del mercado.

Jugando también en contra de mayores crecimientos en el mercado farmacéutico total figura la adopción específica de medidas de contención del gasto a nivel regional, tales como la reducción de costes en la atención a pacientes crónicos en Atención Primaria. Mientras que en el medio hospitalario se podría generalizar el uso de una central de compras, además de aumentar la penetración de medicamentos biosimilares. Aunque en este último capítulo cabe tanto citar tanto el éxito de los biosimilares de Infliximab, como la lenta introducción de los de *etanercept*, estando ambas terapias biológicas indicadas para patologías autoinmunes.

### Modulación por precio

De igual manera también ejerce su efecto modulador el binomio definido por los precios de referencia y los precios menores, y sus

#### TOTAL MERCADO FARMACÉUTICO. CUOTA DE MERCADO.



*En 2018 el mercado farmacéutico total se acerca a los 20.000 millones de euros*

Fuente: Análisis IQVIA, EMF Ventas Millones € (PVL), EMH Consumos Millones €  
 Nota: Mercado valorado a PVL sin incluir descuentos (comerciales/RD) ni techos de gasto. MATT 09/2015

respectivas actualizaciones. Dentro de un sistema que reduce progresivamente los precios de los productos no protegidos por patente activa.

En este aspecto, se conoció la Orden de Precios de Referencia (OPR), de noviembre de 2018, aplicada al mercado de reembolso. Con un impacto calculado en 66 millones de euros y, por tanto, similar a la del mismo mes de 2017. Con una bajada del -1,3% en el segmento de mercado sujeto a precio de referencia, mayoritariamente no genérico, y del -3,3% para las marcas afectadas. Con 20 conjuntos homogéneos de nueva creación, donde 9 de ellos ofrecen una tasa de disminución cercana al -0,8%. Aunque la OPR de 2018 no revisa el precio de referencia de presentaciones no sustituibles, sí produce una reducción media superior al 16% cada valor preexistente. Mientras que, por otro lado, los medicamentos no sujetos a precio de referencia tuvieron una bajada inferior de 37 millones de euros. De manera que el impacto en las marcas de medicamentos, sujetas al sistema de precios de referencia (PR), podría ascender a los 100 millones de euros, o superarlos, si entran en juego más genéricos. Lo que supone una cantidad no desdeñable, dentro del mercado farmacéutico total.

### Tres grandes de veinte

El mercado farmacéutico total, compuestos por las ventas a farmacias y el consumo registrado en hospitales, anota sus respectivas cifras en millones de euros a PVL, precio de venta desde el laboratorio. Pero mientras la evolución en las farmacias (EMF) hace referencia a las ventas realizadas a las oficinas (*Sell In*), el mercado farmacéutico hospitalario (EMH) se ciñe sólo a cantidades de medicamentos consumidos, sin incluir descuentos, ya sean comerciales o derivados de resoluciones administrativas (RD), a la vez que tampoco contemplan fórmulas de financiación como, por ejemplo, los techos de gasto.

Desde esa perspectiva, el ranking de corporaciones farmacéuticas que atañen a todos los medicamentos, se dispensen donde se dispensen, ocupó a septiembre de 2018 el 61,3% del mercado como suma de sus 20 compañías principales, mientras que el resto de compañías definió el grupo Total Otros, que se contentó con el 38,7% de todo el mercado.

Este ranking de grandes compañías estuvo coronado por la multinacional Novartis, que ocupó el 6,6% de la cuota de dicho mercado farmacéutico total. Le siguió en importancia Johnson & Johnson (J&J), con un punto menos, al sumar una cuota del 5,6%. Seguidamente, Merck logró el 5,1%, mientras que Gilead Sciences rozó su posición con una porción mercantil del 4,9%. En quinta posición, GlaxoSmithKline (GSK) dominó un 4,3% de cuota, es decir, tres décimas más que Pfizer (4%).

En el séptimo y octavo puesto, respectivamente, Abbvie replicó el 4% de su antecesora, mientras que Roche se ciñó a una parte del mercado farmacéutico total del 3,7%. Tan sólo una décima más que Sanofi, que la dejó sujeta a un 3,6%. Cerrando la primera mitad del ranking, en décima posición, la compañía multinacional de genéricos Teva, acotó una cuota del 2,2%.

En decimoprimer lugar del ranking, Bayer copió la cuota de Teva, fijada en un 2,2% en valor. Seguida una décima por detrás por Boehringer Ingelheim, que ocupó el 2,1% del mercado total. En

idéntica porción que Lilly, y unas décimas por delante de AstraZeneca, que se contentó con el 1,8%. Es decir, una décima más que Bristol-Myers Squibb (BMS) (1,7%), que tuvo el mismo porcentaje que Celgene e Infarco. Mientras que Normon, Esteve y Amgen completaron el ranking con un 1,5% de cuota de mercado, cada una de ellas.

Finalmente, cabe decir que el grupo Total Otros, complementario del Top 20 Manufacturer descrito, estuvo compuesto por 272 compañías.

### Evolución prevista en farmacias

Se espera para 2018 un incremento de ventas en el sector de las oficinas de farmacia del 2,3%, con un decrecimiento exiguo (%PPG) de una décima, entre 2017 y 2021, al pasar de crecer el 0,9% a registrar sólo el 0,8%. Por lo que la compañía especializada en información farmacéutica y de salud estima que el mercado de *retail* se "congelará" en los próximos cuatro años.

Mientras tanto, octubre de 2018 resultó un mes positivo al anotarse un incremento en las ventas del 7% en unidades y del 7,7% en valores. Esto se debió, en parte, a que el citado mes contó con un día más de facturación que su equivalente de 2017, es decir, con un 4% más de días facturables. De igual forma, el pasado mes de octubre fue 2,6 grados centígrados más frío, lo que potenció la campaña de frío y aumentó las ventas de los medicamentos destinados a combatir su efecto sobre la salud en un 30,6%. Al tiempo que medicamentos antidiabéticos orales, anticoagulantes orales y antigripales sumaron más del 53,4% del crecimiento experimentado. En coincidencia con un tráfico de pacientes y clientes a las farmacias que superó en un 13,6% al del año anterior, junto a más unidades vendidas por compra (ticket).

### Genéricos y Consumer Health

En lo tocante a los medicamentos genéricos, confirmaron en 2018 una recuperación superior a la de las marcas, cambiando su tendencia bajista de 2016 y 2017. Con penetraciones más vigorosas en todos los territorios, a excepción de Aragón, Castilla y León y País Vasco.

Previamente a octubre, septiembre también fue un buen mes para el mercado de Consumer Health, superando la contracción sufrida en el mismo mes de 2017. Lo que ha confirmado un crecimiento del 7,4% en unidades y del 10,2% en valor. Aunque visto el periodo en su conjunto, tan crecimiento apenas fue del 0,7% en unidades y del 3% en valor. En cualquier caso, el 72% del crecimiento en Consumer Health se debió a OTC. Mientras que el segmento de Nutrición siguió su descenso en ventas.

Finalmente, la evolución del total mercado vitaminas fue negativa (-0,4%), aunque menor que la del periodo anterior (-6,9%). Con una caída del 2,8% de estos complementos cuando no están en promoción.

### Fuertes crecimientos en farmacias

A continuación se detalla el ranking de compañías en farmacia, según ventas acumuladas los 12 últimos meses que concluyeron en octubre de 2018, partiendo del mes de noviembre de 2017, denominado MAT10/2018, es decir, año movible total ("Mo-

## MERCADO FARMACÉUTICO. VENTAS.

	Ventas Euros MAT 10/2018	Crecimiento (%)	Cuota de mercado (%)
GLAXOSMITHKLINE	458.469,23	-10,5	4,5
SANOFI-AVENTIS	425.776,70	-0,8	4,2
MERCK SHARP DOHME	398.994,36	-3,9	4
NOVARTIS	377.159,88	3,7	3,7
BOEHRINGER ING ESP	358.279,60	8,1	3,6
CINFA	335.080,13	10,5	3,3
ASTRAZENECA	316.285,39	0,7	3,1
JANSSEN CILAG	289.914,05	-1,8	2,9
ESTEVE	281.094,09	5,7	2,8
PFIZER	260.605,30	-1	2,6
ALMIRALL S.A.	254.510,25	-10,6	2,5
MYLAN PHARMACEUTIC	246.939,24	-0,2	2,4
LILLY SAE	243.986,49	2	2,4
BAYER	216.877,81	0,3	2,1
MENARINI	211.507,28	2,9	2,1
NORMON	204.163,33	10,1	2
STADA	201.228,33	9,9	2
ASTELLAS PHARMA	197.119,23	-3,2	2
NOVO NORDISK PHARM	190.335,17	4,3	1,9
ROVI	184.674,74	9	1,8
Total Otros (299)	4.438.152,59	4,8	44
<b>TOTAL</b>	<b>10.091.153,20</b>	<b>2,5</b>	<b>100</b>

Fuente: IQVIA, EMF (Dato de Sell In), España  
Venta en valores a PVL y miles (000)  
\*Incluidos semiéticos y publicitarios

*Se mantiene la hipótesis de que en 2019 el consumo hospitalario superará a las ventas en farmacias*

ving anual total") de ese periodo. El mercado farmacéutico registrado en oficinas de farmacias, a PVL en términos de *Sell In*, experimentó un crecimiento del 2,5% anotado a octubre de 2018. Con ello, logró aproximarse a los 10.100 millones de euros, por la venta tanto de medicamentos éticos como de productos semiéticos y publicitarios. A continuación se comenta este Top 20 Corporation, compuesto por 20 compañías de las cuales 16 son de medicamentos de marca y cuatro de genéricos, que en conjunto registraron unas ventas superiores a los 565,3 millones de euros. El resto de este mercado, denominado Total Otros, sumó a 299 compañías, que crecieron conjuntamente un 4,8%, hasta ocupar una cuota de mercado del 44% de todas las ventas realizadas a farmacias.

En cabeza de este Top 20 Manufacturer, GlaxoSmithKline (GSK) se

acercó bastante a los 458,5 millones de euros en ventas, a pesar de su caída del -10,5% PPG), que limitó su cuota de mercado al 4,5%. En segundo lugar, Sanofi Aventis también cayó en valor, aunque menos (-0,8%), al superar los 425,7 millones de euros en una porción de mercado que se situó en el 4,2%. En tercer lugar, Merck Sharp Dohme (MSD) también decreció. Concretamente, sus ventas bajaron el -3,9%, dentro de una cuota del 4% y por un valor contable muy cercano a los 399 millones de euros. En cuarta posición, Novartis cambió las caídas de las tres primeras compañías por un crecimiento del 3,7%, que le valió una idéntica cuota de mercado (3,7%), equivalente a algo más de 377,1 millones de euros. Al tiempo que Boehringer Ingelheim España incrementó sus ventas un 8,1%, dentro de una porción de mercado del 3,6%, correspondiente a casi 358,3 millones de euros.

## Consumo hospitalario, motor de mercado

Según las estimaciones mejor orientadas, se estima que, en 2018, el consumo de medicamentos de la órbita hospitalaria se situará en el entorno de los 9.800 millones de euros. Dentro de una tendencia expansiva que será la norma hasta el año 2021, levemente ralentizada respecto a los años anteriores. Concretamente, la firma IQVIA estima que en el referido año 2021 se constatará un consumo hospitalario de, aproximadamente, 11.300 millones de euros. En virtud del envejecimiento que también espolea el dinamismo en las oficinas en farmacia, con la particularidad de los lanzamientos de medicamentos huérfanos, los diagnósticos más tempranos, el aumento de las poblaciones tratadas y la actualización de las guías clínicas, cada vez más propensas a personalizar los tratamientos. En una proyección que se podría ver alterada, en mayor o menor medida, por el papel que vayan a jugar los genéricos y biosimilares, la posibilidad de que los hospitales se provean regularmente en una central de compras o que, también como posibilidad real, se prodiguen compromisos con los pagadores, como los acuerdos de riesgo compartido, los pagos por resultado y los techos de gasto, entre otras fórmulas de las que cada vez se habla más.

En todo análisis concerniente al mercado hospitalario, siempre se trata de cinco grandes bloques: cáncer, hepatitis C; AIB o terapias biológicas para el tratamiento de enfermedades autoinmunes, VIH-Sida y Esclerosis Múltiple. Como ya es una constante en este mercado, la Oncología es el área terapéutica más importantes al asumir cuotas que, año a año, rondan el 25% del mercado especializado total. En lo tocante a la hepatitis C (VHC) se trata de un área en franco retroceso, debido al éxito curativo de los antivirales de acción directa incorporados a los hospitales en el último lustro. Mientras que las AIB pueden ver recortadas su expansión ante los biosimilares de fármacos de éxito como infliximab. Mientras que surgen tratamientos en combo para simplificar el abordaje del VIH-Sida, y la esclerosis múltiple (EM) encaja lanzamientos como los anticuerpos Ocrevus (ocrelizumab) y Zinbryta (daclizumab).

## Gilead, Novartis y Abbvie

De cara a conocer el reparto de las cuotas de mercado en valor de las diferentes corporaciones farmacéuticas arraigadas en hospitales, también resulta útil acudir a un ranking Top 20. Grupo de multinacionales destacadas cuya presencia se completa con el grupo denominado Total Otros, formado por 221 compañías. El trío de mayor presencia mercantil estuvo compuesto por Gilead Sciences, Novartis y Abbvie, con cuotas de mercado de 9,9%, 8,2% y 7,9%, respectivamente. Seguida la última por Johnson & Johnson (J&J) a sólo tres décimas, con una cuota del 7,6%. Mientras que Roche se situó en quinto puesto con una porción de mercado del 7,2%. De mayor entidad que el 6,3% atesorado por Merck. En un ritmo descendente que otorgó una cuota del 4,8% a Pfizer, y del 3,5% a Celgene. Con GlaxoSmithKline (GSK) en novena posición, dentro de una cuota del 3,4%. Para completar las primeras 10 compañías del Top 20 Sanofi, que conservó una market share del 3%.

Abrió el segundo tramo de la tabla de este ranking de mayor consumo hospitalario por valor Grifols, que ocupó una cuota del

2,7%. En undécimo lugar, Bristol-Myers Squibb (BMS) se detuvo tres décimas más abajo, hasta cubrir una parte de este mercado fijada en el 2,4%. Levemente por encima de Bayer, que sumó una cuota del 2,2%. Mientras que Amgen y Biogen lograron, cada una, una porción del 2,1%. Por debajo de las cuales, Intas se tuvo que conformar con una cuota del 1,9%, que, no obstante, fue mínimamente superior al 1,8% de Teva. Al tiempo que Lilly registró una cuota del 1,7%, Share una del 1,6% y, finalmente, CSL una del 1,3%, con la que quedó completado el Top 20 Corporation del mercado hospitalario.

## Consumo hospitalario: secuencia histórica

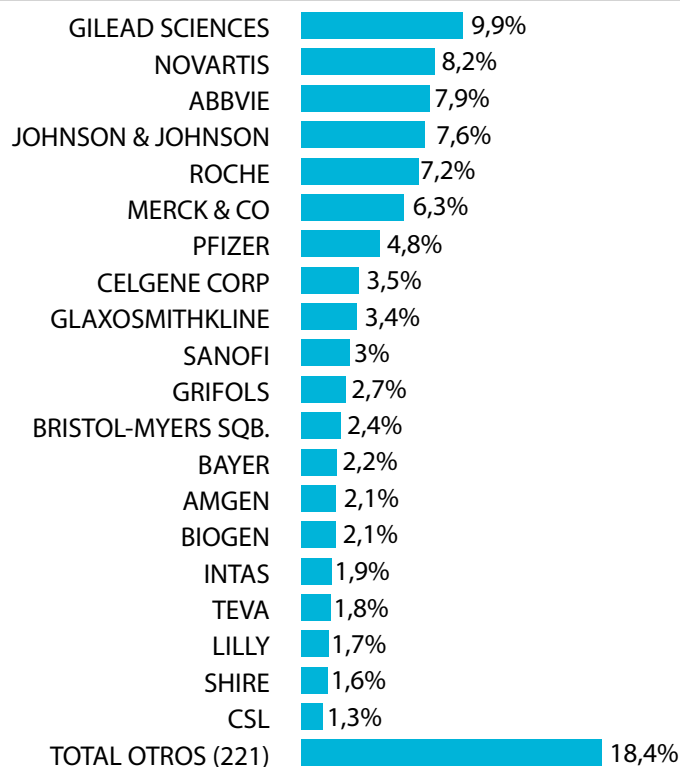
En línea con lo anterior, cabe seguir la trayectoria del consumo hospitalario en los últimos años. Así se comprueba que este mercado creció al 4,5% en 2014, tras encaminarse a los 6.582 millones de euros. Aunque el verdadero salto se produjo en 2015, cuando el crecimiento se disparó el 37,1%, al superar los 9.020 millones de euros, gracias a la gran demanda de nuevos antivirales para la Hepatitis C. De forma y manera que esa subida extraordinaria se moduló en 2016, con un crecimiento del 2,4%, equivalente a algo más de 9.235 millones de euros. En trayectoria confirmada en 2017, momento de la serie histórica en la que el crecimiento fue del 3,3%, por un valor de 9.539 millones de euros. Con la conclusión, a septiembre de 2018, de que el crecimiento de este año pudiera concretarse en el 5,2%, valorado en más de 9.817 millones de euros.

## Mirando al futuro

A modo de conclusión, se espera que el mercado minorista (farmacias) supere el umbral de los 10.000 millones de euros (PVL) en 2021. Aunque es previsible que el crecimiento del 2,3% calculado para 2018, se reduzca en una décima en 2019, para mantenerse en 2020 y volver a crecer tímidamente, de forma que el crecimiento del 0,9% en 2017, podría quedarse en el 0,8% de 2021. Con lo que resulta muy oportuna la expresión "crecimiento congelado" utilizada por IQVIA a la hora de describir la evolución del mercado farmacéutico comunitario o de calle, en contraste con la del hospitalario. Dicho esto, sin contradecir que 2018 se confirma como año de crecimiento vigoroso, gracias a una estación de frío más prolongada y a un mayor tráfico de pacientes y usuarios en las farmacias. Y sin olvidar las importantes ventas de antidiabéticos. Respecto al mercado total de fármacos, 2018 se sitúa en el borde de los 20.000 millones de euros, con un crecimiento estimado de 2,8%, que bajará al 2,3% en 2019, subirá al 2,4% en 2020 y se quedará en el 2,6% en 2021. Con un crecimiento total previsible del 10,5% entre 2017 y 2021. Con la resultante de que el mercado farmacéutico total se situará en torno a los 21.300 millones de euros allá por el año 2021.

Finalmente, el consumo hospitalario de fármacos transitará del crecimiento del 3,1% de 2017 al 4,5% que se calcula tendrá en 2021. Con la previsión de caer una décima en 2019, que se mantendrá en el 4,4%, hasta subir de nuevo a la cifra señalada para 2021. Sin perder de vista que será precisamente en 2019 cuando el consumo hospitalario adelante en valor al generado en oficinas de Farmacia. +

## MERCADO HOSPITALARIO



Fuente: Análisis IQVIA, EMF Ventas Millones € (PVL), EMH Consumos Millones €  
Nota: Mercado valorado a PVL sin incluir descuentos (comerciales/RD) ni techos de gasto.

*Novartis, Boehringer y Rovi fueron las compañías con mejores crecimientos de ventas en farmacias*

## VENTAS DEL MERCADO DE PRESCRIPCIÓN EN ESPAÑA TOP ÁREAS TERAPÉUTICAS DE MEDICAMENTOS CON RECETA

	Ventas Euros 2017	Crecimiento (%)	Cuota de mercado (%)
A10 PRODUCT ANTIDIABETICOS	985.684,62	5,2	10,6
R03 PROD COPD Y ANTIASMA	665.342,55	-2,1	7,1
N02 ANALGÉSICOS	595.645,58	4,7	6,4
C09 AGEN AC SIST ANGIOT-RENIN	557.197,38	-4,4	6
B01 AGENTES ANTITROMBÓTICOS	534.664,41	12,4	5,7
C10 PREP.ANTIATERO/REG.LIPID	534.552,86	3,2	5,7
N05 PSICOLÉPTICOS	508.836,65	2,6	5,5
G04 UROLÓGICOS	422.005,77	3,7	4,5
N06 PSICOANALEP EXCL ANTIQB	377.829,73	3,3	4,1
N03 ANTIEPILÉPTICOS	311.586,79	-4,5	3,3
Total Otros (75)	3.835.714,13	1,8	41,1
<b>ÁREAS TERAPÉUTICAS TOTAL</b>	<b>9.329.060,48</b>	<b>2,2</b>	<b>100</b>

Fuente: IQVIA, EMF (Dato de Sell In), España  
Venta en valores a PVL y miles (000)  
\*Excluidos EFPs

*El primer trío del Top 20 Corporation de Farmacias experimentó crecimientos negativos en valor*