

El mercado farmacéutico total administra su mayor crecimiento



Crece la dispensación de fármacos en farmacias y se incrementa notablemente el consumo de terapias farmacológicas para hospitales. Como reflejan los datos aportados por la firma IQVIA, el conjunto de las compañías líderes en las principales áreas clínicas avanzaron posiciones de mercado para demostrar que la prescripción y dispensación de medicamentos gozó de muy buena salud durante el año 2022, y que aún apunta a mejores resultados durante 2023.

La dispensación y administración creció en las farmacias de calle y los hospitales a lo largo de 2022, con áreas tan destacables como los fármacos antidiabéticos, antiinflamatorios y antivirales en el ámbito comunitario. Al igual que las terapias para el tratamiento del cáncer, las enfermedades autoinmunes, el VIH y la esclerosis múltiple (EM) también se vieron reforzadas en el espacio de sus respectivas especialidades médicas.

Cifra a cifra, punto a punto

Cifra a cifra, y punto a punto por ciento, mejoran las cifras de ventas en farmacias y de consumo en hospitales. Con la doble perspectiva EMH y EMF de IQVIA, es fácil conocer ambos espacios de un mismo mercado total farmacéutico durante su evolución en 2022, a través de magnitudes como los crecimientos positivos o negativos en volumen, contadas en unidades (farmacias) o unidosis (hospitales), y las correspondientes subidas y bajadas en valor contabilizado en euros a precios de venta desde los laboratorios (PVL), junto a los porcentajes de sus respectivas cuotas de mercado (*market share*). Con despliegue, así mismo, de los grupos de medicamentos más vendidos en las oficinas comunitarias y los fármacos de mayor predicamento en los hospitales, observados en algunos momentos de 2022 y también en este año mirado en su conjunto.

Tres años dan para mucho

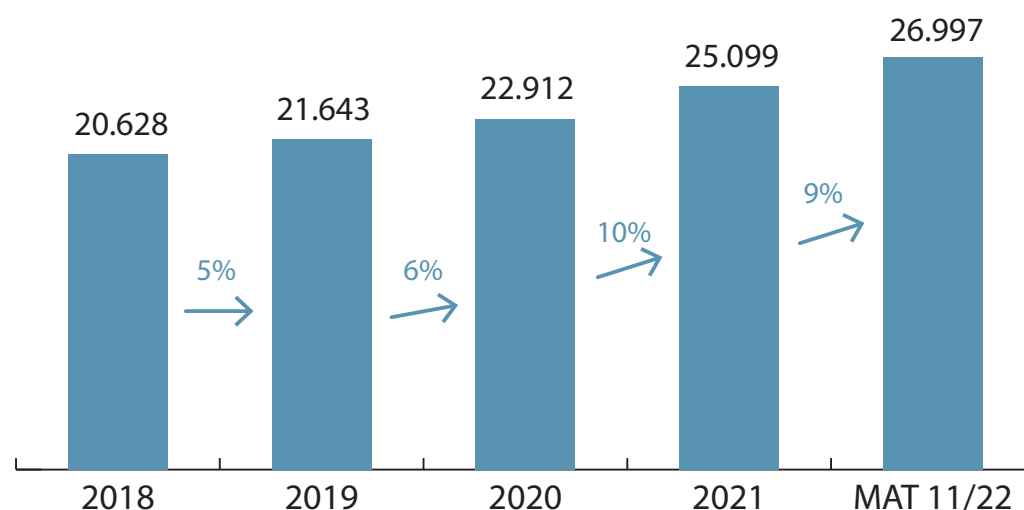
Tres años dan para mucho, cuando el quehacer industrial desafía al tiempo e incluso a una pandemia teñida de tintes apocalípticos. Echando la vista atrás, el Mercado Farmacéutico Total en España, también llamado como *Grand Total* en inglés, había crecido el 3,97% hasta el MAT de julio de 2019, con una cifra total que superó los 21.643 millones de euros. Subida que se distribuyó entre una expansión del 6,61% para el mercado hospitalario y otra mucho más modesta del 1,25% para el mercado farmacéutico efectivo a través de las oficinas de farmacia. Situación que entonces supuso que el 52% del *Grand Total* correspondiera al mercado hospitalario con el restante 48% para las ventas en farmacias. Una asimetría ya claramente perceptible en 2018 y que posteriormente se ha visto incrementada según avanza el presente siglo en España y como fenómeno global. El mercado total creció el 6% en 2020 y el 10% en 2021 anotando, respectivamente, 22.912 millones de euros y 25.099 millones de euros; como confirmación de que la pandemia estuvo lejos de erosionar las ventas y el consumo de fármacos. Tendencia muy marcada que, al completar el año móvil total (MAT) de noviembre de

2022 alcanzó los 26.997 millones de euros, a pesar de perder un punto (9%) de crecimiento respecto al periodo anterior (2021, 10%). Como también resulta muy significativo destacar que la proporción del mercado hospitalario en el mercado farmacéutico total subió al 53% en 2019, que se amplió al 55% en 2020 y que se elevó al 58% en 2021, porcentaje en el que se mantuvo también en 2022, al margen de que todo el mercado creciera en bloque. De forma que ese consumo del 58% del mercado específicamente hospitalario, predominante en el *Grand Total*, se tradujo en una cifra de consumo en valor cercana a los 15.729,8 millones de euros. Por consiguiente, el 42% que ocuparon las ventas en farmacias sumaron los 11.268 millones de euros restantes, igualmente a PLV hasta completar el MAT 11/2022.

Hospitales, por delante

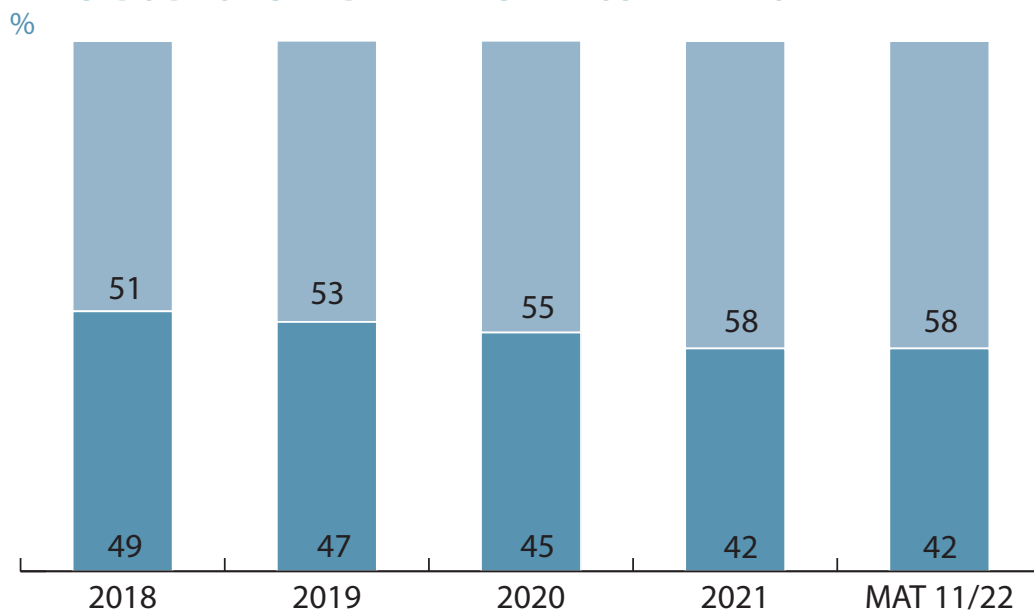
Se conoce el consumo de fármacos en hospitales a partir de la analítica EMH de IQVIA. Como se analiza en artículo complementario a este en este número, este mercado creció significativamente en sus principales segmentos como son la Oncología (10%), las terapias biológicas para las enfermedades autoinmunes (AIB, 9%), las terapias para el VIH (3%) y el abordaje de la esclerosis múltiple (EM, 11%), aunque no así para el área de hepatitis C que, gracias a los antivirales de acción directa están convirtiendo la enfermedad en anecdótica y muy débil para su crecimiento de mercado (-11%). Ante estos porcentajes cabe advertir, no obstante, una acusada bajada en los crecimientos, si se tiene en cuenta que, en el verano de 2019 Oncología y AIB habían logrado crecer al 20%, VIH un punto más (4%) y sólo EM un punto menos (10%), eso sí, como un desplome todavía más acusado en VHC (-43%). Tal como reveló la encuesta IQVIA realizada en hospitales, para conocer el consumo de fármacos en este espacio asistencial creciente, tanto en unidosis dispensadas como en millones de euros valorados a

MERCADO FARMACÉUTICO MILLONES DE EUROS A PVL



Fuente: IQVIA. Mercado hospitalario: EMH consumos millones €. Mercado valorado a PVL sin incluir descuentos (comerciales/RD) ni techos de gasto. Mercado oficina de farmacia: IQVIA Sell in (PVL, Millones). Elaboración: Departamento de Diseño: IM Médico

MERCADO DE OFICINA DE FARMACIA Y HOSPITALARIO



CRECIMIENTO %

Año	2018	2019	2020	2021	MAT 11/22
Hospitalario	2	2	1	3	7
Oficina de farmacia	8	8	11	15	10

● Hospitalario ● Oficina de farmacia

Fuente: IQVIA Mercado hospitalario: EMH consumos millones €. Mercado valorado a PVL sin incluir descuentos (comerciales/RD) ni techos de gasto. Mercado oficina de farmacia: IQVIA Sell in (PVL, Millones). **Elaboración:** Departamento de Diseño: IM Médico

Precio de Venta desde el Laboratorio (PVL), sin incluir los techos de gasto y descuentos comerciales pactados entre las administraciones (RD) y las gerencias.

Como informó el Comité de Medicamentos de Uso Humano (CHMP) de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) en su reunión del pasado mes de diciembre de 2022, recibieron opiniones positivas como nuevos medicamentos *Hemgenix (etranacogene dezaparvovec)*, para el tratamiento de la hemofilia B, deficiencia congénita del factor IX, grave y moderadamente grave en pacientes adultos sin antecedentes de inhibidores del factor IX; *Imjudo (tremelimumab)*, con indicación para el tratamiento de primera línea de pacientes adultos con carcinoma hepatocelular avanzado o irreseccable; *Pombiliti (cipaglucosidasa alfa)*, tratamiento de reemplazo enzimático, utilizado en combinación con el estabilizador de enzimas *miglustat*, para el tratamiento de adultos con enfermedad de Pompe de inicio tardío, deficiencia de ácido *a-glucosidasa*; y *Tremelimumab* AstraZeneca (*tremelimumab*), combinación de *durvalumab* y quimioterapia basada en platino para el tratamiento de primera línea de pacientes adultos con cáncer de pulmón no microcítico (CPNM) metastásico sin mutaciones sensibilizantes de EGFR o mutaciones ALK.

Después de los hitos que supusieron *Kymriah (Tisagenle-Clucel)* de Novartis en 2018 para el tratamiento de la Leucemia linfoblás-

tica aguda de célula B y linfoma B difuso de célula grande, y de *Yescarta (Axicabtagén Ciloleuce)* de Kite Pharma (Gilead) para el tratamiento del Linfoma B difuso de células mediastínicas de células grandes y linfoma B primario en 2019, ya en 2022 la AEMPS aprobó el ensayo clínico para evaluar una nueva terapia avanzada celular, terapia CAR-T, destinada a niños y adultos con leucemia de células T con mal pronóstico, en desarrollo por parte de OneChain Immunotherapeutics (OCI), firma *spin-off* del Instituto de Investigación contra la Leucemia Josep Carreras.

También en el plano local, PharmaMar, compañía especializada en desarrollar fármacos de origen marino, consiguió que *Zepzelca (lurbinctedina)* se convirtiera en fármaco de referencia en Estados Unidos para el tratamiento del cáncer de pulmón de célula pequeña, mientras que su clásico *Yondelis*, siguió siendo una clara opción en sarcoma de tejidos blandos, además de alcanzar

una cuota de mercado en Europa próxima al 35%.

Farmacias reforzadas

Reforzadas por una pandemia que las reivindicó como establecimientos de salud de primera línea, y después de su competencia demostrada en auxilio de la dispensación especializada en tiempos de confinamiento y miedo a acudir a los hospitales, las oficinas de farmacia supieron remontar el vuelo e incrementar su crecimiento de ventas en valor hasta noviembre de 2022. A tasas de expansión que fueron del 3% (2021) y el 7% (2022) tras los tibios crecimientos de 2018 y 2019 (2%) y su menor resultado en 2020 (1%). Tal que se constató año a año con la encuesta específica de IQVIA para este sector (EMF) con datos de ventas directas desde los mayoristas a las farmacias durante el periodo estudiado con criterio *Sell In* a PVL.

Dicha red nacional de farmacias comprobaron en 2019 que las áreas terapéuticas con mayores fueron los medicamentos que más crecieron en las farmacias fueron las destinatarias de los medicamentos antitrombóticos, antidiabéticos y antiepilépticos. Con figuras destacadas como el crecimiento (8,1%) de las compañías especializadas en tratar la diabetes y el papel jugado de forma destacada por corporaciones como Boehringer Ingelheim o Lilly, especialmente en el área de Atención Primaria. En contraste,

por ejemplo, con el desgaste en ventas de los antiinflamatorios y antirreumáticos (-1,5%), cuyo resultado aún habría sido peor si no hubiera sido por las subidas de Nordic Pharma y Normon. A la vez que los antivirales sistémicos lograban crecer al 7,4% con protagonismo, entre otras, de la compañía Tecnimede.

Como resumen de las ventas desde las farmacias en 2020, los citados medicamentos antidiabéticos (A10) mejoraron sus resultados en valor hasta alcanzar un 9,5% de subida en valor. Los agentes antitrombóticos (B01) subieron al segundo puesto, a pesar de perder algunos puntos hasta crecer sólo el 3,6%. Caídos hasta el tercer lugar, los medicamentos para el asma y la EPOC (R03) subieron sin embargo un 5,9%. Sin moverse de sitio, los analgésicos (N02) de venta en farmacia perdieron una décima hasta crecer un 2%. Por su parte, los preparados para el sistema angiotensina-renina (C09) y los reguladores lipídicos (C10), crecieron el 3,5% y el 9,1%, respectivamente. Algo que también ocurrió de forma dispar en el área del sistema nervioso por retroceso de los psicodélicos (N05, -0,4%) y mejora de las ventas en psicoanalépticos sin obesidad (N06, 5,9%). Mientras que los productos urológicos cambiaron de signo al crecer el 5,1% y los antiepilépticos se hundían hasta un modesto 0,6%.

En resumen, hasta completar el año 2022, el mercado farmacéutico en oficinas creció el 5,1%, por valor próximo a los 10.600 millones de euros, es decir, con cifra y porcentaje a lo visto en 2019, cuando creció el 1,8% y acumuló algo más de 9.638 millones de euros. Con inclusión de un grupo Total Otros, con el resto de áreas terapéuticas, que dejó de caer el -0,6% a subir un meritorio 5%, valorado en más de 3.953 millones de euros.

También en autocuidado

Como ya adelantara a esta cabecera el *Sell-out Manager* de IQVIA, **Guillermo Durán Vicens**, el sector volvió a la normalidad al mismo ritmo que se replegaba el auge de la pandemia. Al recuperar el mercado farmacéutico sus dinámicas paulatinamente a la par que los hábitos de comportamiento y compra de los pacientes y consumidores. A la vista de cambios en las categorías impulsoras de la venta y el tráfico hacia las farmacias. Dándose avances en los tratamientos de las afecciones respiratorias, la protección solar y los preparados que mejoran el bienestar general. A tenor de tendencias como la recuperación del concepto de compra de conveniencia/espontánea perdida durante la pandemia y ahora en trance de recuperación.

Ya adelantó igualmente el *director general de la Asociación para el Autocuidado de la salud (anefp)*, **Jaume Pey**, que la pandemia ha reforzado el concepto de prevención en los ciudadanos, tengan o no una condición grave de salud, aunque, lógicamente, suele ser más acentuada en el segundo caso. Quedando en el ideario colectivo que en cualquier momento se puede volver a altos consumos de test de antígenos, desinfectantes, mascarillas o analgésicos, sin que haya lugar a baje la demanda de productos alimenticios, aquellos que mejoran la calidad del sueño o los que contribuyen a un mejor estado de ánimo después de estos años tan duros.

Se confirman, por tanto, las perspectivas expresadas previamente por Pey, según las cuales 2023 tendrá un comporta-

miento de mercado más atenuado en su sector que lo visto en el anterior, al ser el Consumer Health sensible a los momentos económicamente inciertos. Pese a lo cual, una industria como la del autocuidado, que es tan flexible que es capaz de introducir hasta 700 cambios al mes en las farmacias, mantendrá el tipo y tiene potencial, por ejemplo, para lanzar cambios tan disruptivos como los autotest de autocuidado.

Así mismo, en 2022, GSK desgajó su negocio de Consumer Healthcare del resto de su actividad industrial como uno de los fenómenos más significativos de esta naturaleza acaecidos en las últimas dos décadas, especialmente para esta corporación transnacional.

Del 2022 al 2023

2023 deja atrás un año dedicado a conocer los efectos duraderos de la infección causada por el SARS-CoV-2, después de un enorme esfuerzo global por universalizar la prevención cuyo último logro más reciente han sido las vacunas bivalentes. Mientras que, frente al virus de la inmunodeficiencia humana contra el que no se dispone todavía de una vacuna eficaz, y después de haber causado 32 millones de fallecimientos desde que empezó, tuvo lugar un extraordinario caso de curación funcional, lo que animará este año también a buscar más terapias para sacar mayor partido a la respuesta innata frente al VIH.

En cáncer, el objetivo en 2023 va a ser conocer las posibilidades terapéuticas de las tecnologías de ARN mensajero, que también se estudian en otras enfermedades virales además del Covid-19, como gripe, herpes zóster y genital; y en patologías bacterianas como la tuberculosis o parasitarias como la malaria.

Se sabrá si se confirma la aprobación de la primera terapia génica con edición genómica CRISPR, *Exagamglogene autotemcel* (exacel), para modificar genéticamente las células madre del paciente, para confirmar la eficacia frente a dos enfermedades congénitas de la sangre, como son la anemia falciforme y la beta talasemia. A la vez que Europa y EEUU decidirán sobre *Lecanemab*, anticuerpo monoclonal estudiado en Alzheimer, bastante controvertido en sus tasas de eficacia y seguridad.

Es de esperar, por tanto que, como informa Farmaindustria, el mercado innovador de fármacos siga en expansión, puesto ya el



TOP ÁREAS TERAPÉUTICAS DE MEDICAMENTOS DE PRESCRIPCIÓN
2022, EN MILES

	Ventas	Crecimiento (%)
A10 PRODUCTOS ANTIDIABÉTICOS	1.480.323	9,5
B01 AGENTES ANTITROMBÓTICOS	806.444	3,6
R03 PROD EPOC Y ANTIASMA	705.245	5,9
N02 ANALGÉSICOS	626.293	2
C09 AGEN AC SIST ANGIOT-RENIN	625.829	3,5
C10 PREP.ANTIATERO/REG.LIPÍD	580.399	9,1
N05 PSICOLÉPTICOS	553.234	-0,4
N06 PSICOANALÉPTICOS EXCL ANTIQB	469.782	5,9
G04 UROLÓGICOS	403.726	5,1
N03 ANTIEPILÉPTICOS	391.410	0,6
RESTO	3.953.414	5
TOTAL MERCADO PRESCRIPCIÓN	10.596.098	5,1

Covid-19 contra las cuerdas, y mediante avances en Oncología, Inflamación e Inmunología, Enfermedades Raras, Enfermedades Infecciosas y otras Vacunas. Dado que existen en la actualidad 112 proyectos en investigación abiertos a nivel mundial en estas áreas, 27 de ellas en fase 3 y 12 en periodo de registro. Dinámica a la que ayudaría, sin duda, agilizar la I+D reduciendo la burocracia mediante mecanismos como *rolling review* cuya eficacia quedó demostrada durante la pandemia. Así como dar cancha a iniciativas como el proyecto Darwin dentro del SNS, para contribuir en red internacional a los estudios de farmacovigilancia.

Europa también decide

Todo indica que la voluntad de las instituciones europeas es revisar la regulación europea para fortalecer la I+D dentro de la industria farmacéutica y como motor de la economía comunitaria en su conjunto. Desde esa orientación, la Comisión Europea (CE) prevé reformar su marco legislativo en esta materia con especial atención a los tratamientos para las enfermedades raras y los medicamentos para pediatría, en ambos casos, tantas veces coincidentes, para ofrecer un acceso más rápido a las terapias al ganar el sector en innovación y la competitividad que la favorece, frente a los grandes déficits evidenciados durante la pandemia.

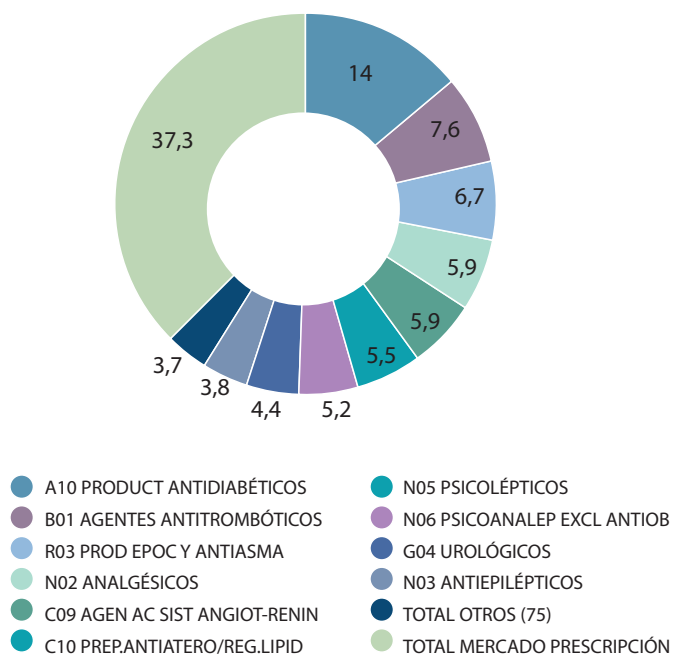
Esta determinación viene de haber constatado la progresiva pérdida de liderazgo del continente en el desarrollo de nuevos fármacos y de su productividad tras profundos procesos de deslocalización en beneficio de grandes potencias como Estados Unidos, China o India. Razón por la que la próxima estrategia farmacéutica europea se apoyará en la colaboración público-privada con aportaciones de todos los agentes del sector, aunque sin renunciar a la sostenibilidad de los sistemas sanitarios. Lo anterior conllevará reducir los tiempos de acceso a las nuevas terapias y dotar de más recursos a la comunidad científica, para que no haya que esperar entre cuatro meses y dos años y medio para disponer de un nuevo medicamento. A la vez que el precio de este, antes, durante y después de su comercialización se aproxime lo más posible al valor real que aporta para el paciente. Para lo cual las compañías se muestran totalmente favorables, siempre que cada legislación de los estados miembros lo permita, a que cada nueva realidad terapéutica obtenga su precio y condiciones de financiación pública en el plazo más breve posible. Además de prever y corregir posibles desabastecimientos de principios activos esenciales. Por lo que la Unión Europea se propone definir bien el concepto de escasez de medicamentos y los riesgos de fármacos en falta, con criterio de patología grave, uso consolidado de productos y existencia o no de alternativas terapéuticas.

Todo ello requerirá, sin duda, transparentar todo el procedimiento, desde las solicitudes de autorización a las resoluciones oficiales.

2023, año y plan

Fruto de trabajos realizados en 2022 y vistas las debilidades señaladas por la pandemia de Covid-19, sigue su marcha el plan Pharma 2023. Un macro programa a desarrollar en el pre-

CUOTA DE MERCADO %



Fuente: IQVIA, EMF (Dato de Sell In: Canal mayorista + Venta Directa). Venta en valores a PVL y miles (000). Crecimiento Año 2022 vs periodo anterior Año 2021. *Excluidos EFPs

Elaboración: Departamento de Diseño: IM Médico

La inflación podría desvirtuar al alza el mercado farmacéutico

sente año y con extensión hasta 2025 mediante un grupo de trabajo impulsado desde el Ministerio de Sanidad, coordinado con el sector y dotado con 8.000 millones de euros. Dirigido a fortalecer las cadenas de suministro en respuesta de las necesidades estratégicas del sector con objeto de fomentar la innovación, el acceso a las terapias y la sostenibilidad de las industrias farmacéuticas, en palabras de la titular de la cartera ministerial, **Carolina Darias**.

En opinión de Farmaindustria, se trata del desarrollo de un plan estratégico de la industria farmacéutica concebido especialmente para el sector que se encuadra, según el Ejecutivo dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia vigente desde el pasado mes de mayo de 2021. El programa a ejecutar auspicia un marco de colaboración público-privada para respaldar el ecosistema de innovación con inversiones regulares que ensanche un acceso más rápido y equitativo a las nuevas terapias basadas en fármacos. En línea con los 8.000 millones de euros que prevé invertir el sector en este trienio para avance de la digitalización, la producción local estratégica de fármacos y muy especialmente la investigación biomédica, a la que se destinarán 4.300 millones de euros. Además del fomento del empleo joven cualificado con la incorporación de 4.500 personas jóvenes cada año. En línea con el estímulo al liderazgo femenino, para incrementar el 45% actual. Muestra de la calidad sectorial de empleo por sus valores de estabilidad, calidad e igualdad de oportunidades.

Este afán por ganar en competitividad de la industria farmacéutica se capitalizará con el estímulo a la investigaciones básicas y traslacionales orientadas al liderazgo nacional en ensayos clínicos. Desde una perspectiva digital y de sostenibilidad ambiental dotada con 2.700 millones de euros a tres años, a los que se unen 1.000 millones de euros adicionales para crear núcleos de servicios globales corporativos, centros de excelencia tecnológica y soporte técnico, logístico o científico para las compañías farmacéuticas.

Sólo hasta 2021, y aun habiendo sido un año difícil, la industria farmacéutica española superó los 1.267 millones de euros de inversión en I+D, cifra nunca alcanzada antes y representando un 9,2% más que en 2020. A ello contribuyen las 103 plantas de producción de medicamentos de uso humano, con

la colaboración de 36.000 personas hasta sumar un valor productivo establecido en 17.500 millones de euros.

Muy destacable, estima el *presidente de Farmaindustria*, **Jesús Ponce**, porque cada euro que genera la industria farmacéutica en España suele doblarse en beneficio de otros sectores por su efecto tractor y su volumen de exportaciones. Justificación por tanto desde la perspectiva de esta entidad para mejorar la ley de garantías y uso racional del medicamento

Partes esenciales también del mercado farmacéutico total, como los medicamentos genéricos, huérfanos y biosimilares, confían en un refuerzo para la capacidad industrial y una reforma del actual copago por parte del plan Farma 2023.

MERCADO FARMACÉUTICO* TOP 20 CORPORACIONES 2022

NOVARTIS
BOEHRINGER INGEL
CINFA
GSK
NORMON
VIATRIS
NOVO NORDISK
SANOFI
ASTRAZENECA
JOHNSON & JOHNSON
TEVA
STADA
ALMIRALL
ORGANON
KERN PHARMA
ITALFARMACO
LILLY
GRUNENTHAL
ROVI
BAYER

TOTAL MERCADO FARMACÉUTICO
11.299.320.000€

**Incluidos semiéticos y publicitarios*
Fuente: IQVIA, EMF (Dato de Sell In: Canal mayorista + Venta Directa)
Venta en valores a PVL y miles (000)
Crecimiento Año 2022 vs periodo anterior Año 2021.
Departamento de Diseño: IM Médico

Entre incertidumbres y certezas

Sin dejar a tras factores ya conocidos en 2019 como la llegada de nuevos biosimilares y genéricos, el aterrizaje de gigantes de la distribución a domicilio para competir con las farmacias o un consumo más contenido en Consumer Health, no cabe duda de que 2023 se confirmará como un año esencial para el mercado farmacéutico analizado en su conjunto. No siendo previsible que los nuevos medicamentos contengan sus precios de salida al mercado, por ir progresivamente destinados a poblaciones más acotadas de pacientes, todos los actores del sector de la salud deberán confabularse para que no se vea amenazada la estabilidad del sistema asistencial. Mientras que el marco legal, local y europeo, orquesta una estrategia bien definida para que no se produzcan desabastecimientos de medicamentos en hipotéticas crisis sanitarias que pudieran surgir, después de la conmoción mundial causada por el Covid-19 y amagos como los de la viruela símica o un ébola que advierte de forma reiterada que podría salir de su círculos endémicos en cualquier momento. Sin olvidar tampoco que el mercado hospitalario crecerá innegablemente a lo largo de los próximos 12 meses dado que la pandemia retrasó en un 20% los nuevos diagnósticos, muchos de ellos de naturaleza oncológica. Marcarán también 2023 otros fenómenos como los efectos distales del desgaste de los profesionales sanitarios hoy concretados en paros laborales, la interoperabilidad y continuidad asistencial, exitosa o no, que represente el programa Hermes, junto las reformas aún pendientes en materia de política farmacéutica, española y europea en su conjunto en un año marcadamente electoral. +