

► Datos correspondientes al primer trimestre

Los laboratorios farmacéuticos invierten un 29% más en publicidad en 2015

La publicidad “sube enteros” en las prioridades de los laboratorios farmacéuticos, tal y como se desprende de los resultados de un estudio sobre la inversión publicitaria en la industria farmacéutica realizado por la empresa de investigación Arce Media para la agencia de comunicación Berbé Asocados. Según las conclusiones de este análisis, los laboratorios farmacéuticos han aumentado sus inversiones publicitarias en un 29% en el primer trimestre de 2015 respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando una cifra de 85 millones de euros frente a los 66 millones invertidos en 2014.

La compañía que mayor inversión publicitaria realizó en este periodo fue Reckitt Benckiser, con más de 18 millones, seguida de Boehringer Ingelheim y Johnson & Johnson, ambas con más de 9 millones de inversión.

En cuanto a los tipos de fármacos con más presencia publicitaria en los medios, encabezan el ranking los anticatarrales y antigripales, con más de 8 millones de euros invertidos, seguidos de complementos alimenticios, complejos vitamínicos, antitusígenos y antisépticos bucofaringeos. Respecto a 2014, los que han experimentado mayor crecimiento han sido las vitaminas (80%), los analgésicos (55%) y los complementos alimenticios (44%), mientras que los preservativos fueron los productos que han reducido en mayor número su inversión en medios (-42%).

Respecto a las marcas de productos farmacéuticos con mayor inversión en esta partida, destacan *Scholl's* (Reckitt Benckiser) con casi 6 millones de euros, seguida a gran distancia por *Voltadol* (Novartis), *Frenadol* (Johnson & Johnson) y *Megared* (Reckitt Benckiser). Las marcas que han experimentado crecimientos por encima del 100% respecto al año anterior son *Scholl's*, *Voltadol*, *Gaviscon*, *Alli* y *Ensure*, mientras que *Frenadol*, *Iniston*, *Strepsils*, *Fluimucil* y *Durex* redujeron su inversión.

► Evolución de la inversión publicitaria por meses

Meses	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	% de variación 2015-2014
Enero	15.889	20.016	17.287	18.929	24.171	28.542	18%
Febrero	13.665	9.065	10.132	10.041	9.349	13.158	41%
Marzo	10.498	6.134	5.607	7.712	7.395	11.589	57%
Abril	8.858	9.343	8.343	6.088	8.878	12.387	40%
Mayo	10.211	8.888	5.415	7.544	9.867	10.343	5%
Junio	8.520	7.388	5.898	5.768	7.125	9.323	31%
Total general	67.576	61.215	65.722	66.682	66.373	85.322	29%

► Inversión publicitaria por meses en el 1er semestre de 2015



► Ranking de la inversión publicitaria de los tipos de fármacos, 1er semestre 2015 (en 1000 €)

Tipo de producto	1er semestre 2015	1er semestre 2014	1er semestre 2015	% de variación 2015-14	% de variación 2015-13
ANTICATARRALES Y ANTIGRIPALES	8.586	7.675	8.310	8%	-9%
COMPLEMENTO ALIMENTICIO	1.833	5.416	7.811	44%	320%
COMPLEJOS VITAMÍNICOS	4.689	5.321	6.778	27%	40%
ANTITUSÍGENOS	2.859	4.205	4.676	13%	72%
ANTISÉPTICOS BUCOFARINGEOS	5.214	4.387	4.482	2%	-14%
PREPARADOS ADELGANTANTES	5.021	2.987	3.586	20%	-29%
ANALGÉSICOS	3.205	2.274	3.528	55%	10%
BICARBONATO, ANTICÍDOS Y DIGESTIVOS	2.080	2.889	3.394	18%	62%
DISCONESTIVOS	2.248	2.398	3.355	38%	32%
LAVANTES	1.820	2.956	3.020	12%	60%
BALSÁMICOS	2.188	2.191	1.842	-16%	-15%
COLIROS	905	0	1.590	-	76%
VITAMINAS	1.709	885	1.590	80%	-7%
APÓSITOS Y VENDALES	480	1.084	1.405	29%	194%
RECORDEROS ENERGÉTICOS Y ENERGÉTICOS	1.128	1.547	1.348	-13%	19%
PRESERVATIVOS	1.596	2.310	1.354	-42%	-16%
ANTIHEMÁTICO	914	1.000	1.240	24%	36%
Resto de productos/medicamentos	12.342	18.968	25.987	37%	110%
Total	66.682	66.373	85.322	29%	50%

► Ranking de inversión publicitaria de los productos farmacéuticos 1er semestre 2015



► Convenio

Alianza de CatSalut e Ipsen Pharma para la formación de profesionales sanitarios

El director del Servei Català de Salut (CatSalut), Josep M^a Padrosa, y el consejero delegado de Ipsen Pharma, Etienne de Blois, han formalizado un convenio marco de colaboración estable entre ambas organizaciones en materia de formación de los profesionales sanitarios. El objetivo principal de este acuerdo es la promoción y coordinación de los esfuerzos para actualizar y profundizar de forma constante los conocimientos sobre las novedades y las necesidades vinculadas al sector sanitario y farmacéutico en todos sus aspectos: asistencia, organización, gestión, etc.

La finalidad específica es regular la participación de los profesionales al servicio del CatSalut en la realización de actividades formativas en materia de Farmacia y medicamentos (congresos, cursos, jornadas, etc), bajo la financiación a cargo de Ipsen Pharma, mediante criterios de máxima transparencia, méritos, rigor, utilidad y objetividad.



► Estudio con la SEPEAP

Mylan aborda las principales preocupaciones de las madres primerizas

Con el objetivo de profundizar en las inquietudes, demandas y necesidades de las madres españolas y detectar las posibles soluciones para que estas puedan actuar con más tranquilidad, la Sociedad Española de Pediatría Extrahospitalaria y Atención Primaria (SEPEAP), en colaboración con Mylan, ha llevado a cabo una encuesta en la que se recogen las principales preocupaciones de estas mujeres. Así, y según los resultados del estudio, el mayor temor para el 47% de las madres primerizas es que su hijo se ponga enfermo, seguido de la preocupación de pasar más tiempo con su hijo (35,5%), saber identificar por qué llora (32,7%) y la situación económica y laboral (27,9%). En cuanto a la máxima preocupación que tienen tanto las madres primerizas como las experimentadas cuando su hijo está enfermo, ésta es desconocer el origen de la dolencia: un 56,5% indica que el peor temor en caso de dolor es no saber identificarlo.

Otro aspecto que se desprende de la encuesta es que los pequeños problemas relacionados con la salud que más angustian a las madres son que su hijo presente fiebre, vómitos o diarrea, que suponen un 81,4% de las respuestas. En este aspecto, según



los autores del estudio, se ha detectado que las madres primerizas temen más a la fiebre y las madres experimentadas (con dos o más hijos de hasta 12 años) reaccionan con angustia ante casos de vómitos o diarreas.

Una vez detectada la fiebre o el dolor, el 47% de todas las madres indica que a veces combinan o alternan analgésicos, porque se lo ha recomendado el pediatra. De hecho, el 43% explican que notan más mejoría con un analgésico que con otro,

y un 59% de las madres perciben más mejoría con productos que contienen ibuprofeno como ingrediente activo. Por otro lado, el 91,7% de las encuestadas indica que saben qué dosis corresponde a su hijo y el 90,8% cuánto tiempo se puede administrar el fármaco.

La encuesta también analiza la relación de las madres con el pediatra, y refleja que el 88% confía sobre todo en este especialista ante los problemas de salud de su hijo y más de la mitad, un 58%, acude a su consulta después de esperar 24 horas. Un 97,4% de las primerizas valoran que las explicaciones del pediatra sean detalladas y sencillas, y un 98,6% de las experimentadas agradece que el médico de sus hijos sea claro en sus explicaciones.

► Informe de Amgen y la Fundación Gaspar Casal

Los costes indirectos suponen más del 50% del total de la carga económica del cáncer

La relevancia que los costes indirectos del cáncer tienen en el sistema sanitario y la necesidad de una gestión integral de los procesos oncológicos para mejorar el uso eficiente de los recursos constituyen el tema central de un informe elaborado por la Fundación Gaspar Casal en colaboración con la farmacéutica biotecnológica Amgen. Tal y como se desprende de este informe, “Análisis de los costes indirectos: el caso del cáncer”, se calcula que los costes totales de esta enfermedad para el sistema sanitario Español son de 6.000 millones de euros anuales, de los que más del 50% son atribuibles a los costes indirectos.

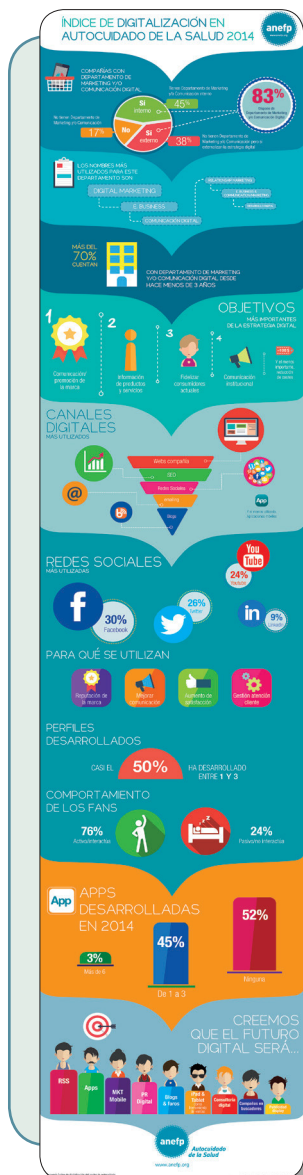
El director de la Fundación, Juan del Llano, explicó durante la presentación del informe que, “estos costes indirectos se refieren a los costes no farmacológicos, que los planificadores deben considerar a la hora de tomar decisiones de priorización y de elección de los tratamientos destinados a esta patología”. Para Del Llano, la evaluación económica va camino de convertirse en una herramienta básica para cuantificar los costes indirectos en el ámbito de la salud, sobre todo en aspectos como la prescripción farmacéutica y la aplicación de la alta tecnología en prevención y tratamiento del cáncer.

Por su parte, el doctor Miguel Martín, presidente de la Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM) explicó que “los costes indirectos asociados al tratamiento del cáncer han sido hasta ahora objeto de poca atención, ya que se ha puesto en énfasis en



los costes directos, mucho más evidentes y fáciles de medir. Sin embargo, los costes indirectos son un importante problema social que necesita ser documentado en el futuro en la toma de decisiones terapéuticas”.

En este sentido, los expertos participantes en esta presentación hicieron un llamamiento para que se lleve a cabo una estandarización del cálculo de los costes de productividad, así como la incorporación de los costes indirectos a la evaluación económica y los informes para fijación de precios.



► II Índice de Digitalización

Facebook, Twitter y Youtube, las redes preferidas por las compañías de autocuidado

Los resultados del “II Índice de Digitalización”, una encuesta llevada a cabo entre empresas farmacéuticas que fabrican y comercializan medicamentos y productos para el autocuidado de la salud, han demostrado que Facebook (30%), Twitter (26%) y Youtube (24%) son las redes sociales más utilizadas por estas compañías para comunicarse con el ciudadano. Así, casi el 50% de las empresas encuestadas tienen entre 1 y 3 perfiles en estos canales, con el objetivo de mejorar la comunicación con los usuarios e informar sobre los productos. En este sentido, y respecto a la primera edición del Índice, ha habido un aumento en el número de compañías que cuentan con más de 6 perfiles (un 27% frente al 14% de 2014).

Casi la mitad de las empresas encuestadas define su experiencia en estas redes como buena o muy buena, y consideran que el 75% de sus seguidores demuestran una actitud muy activa.

La encuesta también pone de manifiesto el aumento de empresas que cuentan con departamentos específicos para el desarrollo de acciones online: el 45% de las compañías del sector del autocuidado tienen un departamento encargado de la comunicación y el marketing digital, mientras que el 38% externaliza este servicio, lo que supone un notable crecimiento, ya que hace solo un año el porcentaje de compañías que disponían de estas áreas (propias y externalizadas) era del 67%.

Los principales objetivos de las actividades digitales de estas empresas son la comunicación con el ciudadano, la información sobre productos y marca y la fidelización de los consumidores. En cuanto a los canales más usados para llevar a cabo estas acciones destacan, en primer lugar, los sitios web de las compañías, seguidos de las campañas de SEO y SEM, redes sociales y, en menor medida, e-mailing y blogs.

Medicamentos sin receta y comunicación digital

Actualmente, la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp), en colaboración con IAB (Interactiv Advertising Bureau), está trabajando en la creación de la “Guía de buenas prácticas para la comunicación digital de medicamentos sin receta”, que tiene como objetivo ayudar a las compañías de este sector en el mejor desarrollo de sus acciones digitales. “Se trata de una iniciativa pionera a nivel internacional, que se encuentra en su última fase de elaboración, y de la que se espera que pueda servir de referente para otros países ya que, sin duda, será muy útil para las empresas del autocuidado que perciben que las redes sociales, junto con las apps, el marketing mobile y las acciones de PR digital, serán las áreas de mayor crecimiento en comunicación de salud en el futuro”, explica Jaume Pey, director general de anefp.

► Resultados de un proyecto patrocinado por Shire

La Farmacia Hospitalaria, clave en el acceso y financiación de los medicamentos huérfanos

Durante el 60º Congreso de la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria (SEFH) se presentaron los resultados del proyecto delphi “Acceso y Financiación de Medicamentos Huérfanos en España. Consenso de Expertos”, patrocinado por la compañía biofarmacéutica Shire y en el que han participado profesionales del Instituto de Investigación de Enfermedades Raras del Instituto de Salud Carlos III, la SEFH, el Comité de Medicamentos Huérfanos de la EMA, la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER), médicos especialistas en enfermedades raras del Hospital Vall d’Hebrón y el Hospital Niño Jesús, de Madrid, y la Asociación Española de Laboratorios de Medicamentos Huérfanos y Ultrahuérfanos (AELMHU).

Los resultados de este estudio ponen de manifiesto la conveniencia de unificar el sistema de evaluación con criterios homogéneos y válidos en todo el territorio español para así evitar desigualdades entre Comunidades Autónomas. Asimismo, tanto los

profesionales implicados en el manejo de los afectados por alguna enfermedad rara –campo en el que juega un papel muy importante el personal encargado de la Farmacia Hospitalaria- como los pacientes participantes en el estudio reclaman la creación de un fondo económico específico para estas patologías, con el que se asegure la equidad en el acceso a los medicamentos huérfanos y en la asistencia sanitaria a estos pacientes.

Los participantes en este proyecto consideran también que la definición y gestión de dicho fondo debería contar con la participación de equipos multidisciplinares de profesionales médicos, gestores y principalmente farmacéuticos especializados.

En cuanto a la financiación de estos tratamientos en España, actualmente el Sistema Nacional de Salud financia 45 medicamentos huérfanos (el 70% de los 62 aprobados), lo que supone un 3% del gasto farmacéutico total, proporcional a la carga de las enfermedades raras en la población.

► Informe con la participación de Roche Farma

El “Big Data”, fundamental para la investigación y comercialización de nuevos medicamentos

El Big Data es una “minería de datos puesta al servicio de los pacientes y del sistema sanitario”. Esta es una de las principales conclusiones arrojadas por el informe “*Big Data y Salud*”, realizado por Planner Media y Prodigioso Volcán, con la colaboración de Roche Farma y Siemens, y en el que han participado expertos del sector médico, farmacéutico y de protección de datos, con el objetivo de analizar cómo se está recogiendo, estudiando y utilizando el Big Data para dar un “paso de gigante” en las decisiones médicas que atañen a millones de pacientes.



Tal y como explicó Bernardo Valdivieso, director del Área de Planificación y del Área de Atención Domiciliaria y Telemedicina del Hospital La Fe, de Valencia, “en la actualidad, los estudios de Big Data que se están llevando a cabo en España permiten medicina de precisión. Ya no esperamos a que el paciente venga enfermo, sino que vamos a buscarle antes de que enferme para tratarlo”.

Para Valdivieso, el futuro de la Sanidad pasa precisamente por esa medicina de precisión: “Está demostrado que el 5% de la población consume el 40% de los recursos, que unos pocos consumen mucho. Solamente si somos capaces de evitar deterioros multiorgánicos y de gestionar proactivamente salud y enfermedad podremos sostener el sistema actual. Esa nueva propuesta de valor de ser más accesible, y tener más calidad y bajar los costes solo se consigue usando la información de manera adecuada, según recoge el estudio”.

El informe refleja que el Big Data supone un gran avance en todos los ámbitos relacionados con la salud, tales como la farmacoepidemiología, en la respuesta de los tratamientos farmacológicos según perfiles genéticos y/o estilos de vida; la prevención y predicción de riesgos y reacciones adversas de los medicamentos; la mejor adherencia a los tratamientos y, en consecuencia, una mejora exponencial de los resultados de salud. Asimismo, se resalta la necesidad de transformar los datos de salud en conocimiento para, entre otras cosas, poder predecir hospitalizaciones por patologías en base a factores ambientales o poblacionales. En este sentido, en el documento se recogen voces críticas respecto a la falta de preparación de los sistemas tecnológicos actuales para abordar proyectos de Big Data (especialmente para hacer las preguntas correctas y procesar todos los datos y la información de la manera adecuada) y destacan la necesidad de definir qué datos se van a utilizar, dónde se van a almacenar, quién va a coordinar el proceso y para qué se van a emplear.

Este análisis incorpora un apartado especial para el Big Data en el sector farmacéutico, destacando su importancia tanto en la comercialización como en la investigación de medicamentos. Tal y como se recoge en el documento, cada día acceden más de 2 millones de personas a la Red Asistencial de 21.854 farmacias españolas en busca de asesoramiento y asistencia farmacéutica, y cada mes se dispensan en la farmacia comunitaria cerca de 70 millones de recetas prescritas por los facultativos, de las cuales más del 80% se registran y realizan electrónicamente. Asimismo, cada año, los farmacéuticos realizan más de 182 millones de actuaciones sanitarias.

► Investigación Grifols

Grifols crea una Cátedra de Investigación en cirrosis hepática

La compañía Grifols ha anunciado la creación de su Cátedra de Investigación en cirrosis hepática (Grifols Chair for the Study of Cirrhosis), privada y de alcance internacional, cuyo objetivo es promover el estudio y difundir el conocimiento sobre las enfermedades hepáticas, en especial la cirrosis. El carácter académico de esta iniciativa complementa la labor de investigación clínica que desde 2009 desarrolla el Consorcio Europeo para el Estudio de la Insuficiencia Hepática Crónica, integrado actualmente por más de 80 hospitales universitarios en 25 países. Tanto la nueva Cátedra como el Consorcio serán coordinados y liderados por el profesor Vicente Arroyo a través de una fundación independiente de nueva creación, EF-CLIF (European Foundation for the Study of Chronic Liver Failure). “A través de la fundación, el consorcio y la Cátedra Grifols queremos promover y liderar la investigación mundial sobre la cirrosis que, lejos de disminuir, podrá incluso aumentar en los próximos años si continua el incremento de la obesidad entre la población. La disminución de la prevalencia de la cirrosis hepática por el virus de la hepatitis C tras el descubrimiento de tratamientos antivirales efectivos no implica, por tanto, que descienda el número de pacientes con esta enfermedad. Debemos seguir investigando porque se trata de una patología mortal cuando llega a sus fases más avanzadas o cuando evoluciona hacia cáncer hepático”, comenta el profesor Arroyo.