

# *Mesa de Debate 3. Ejes para potenciar la internacionalización del sector*



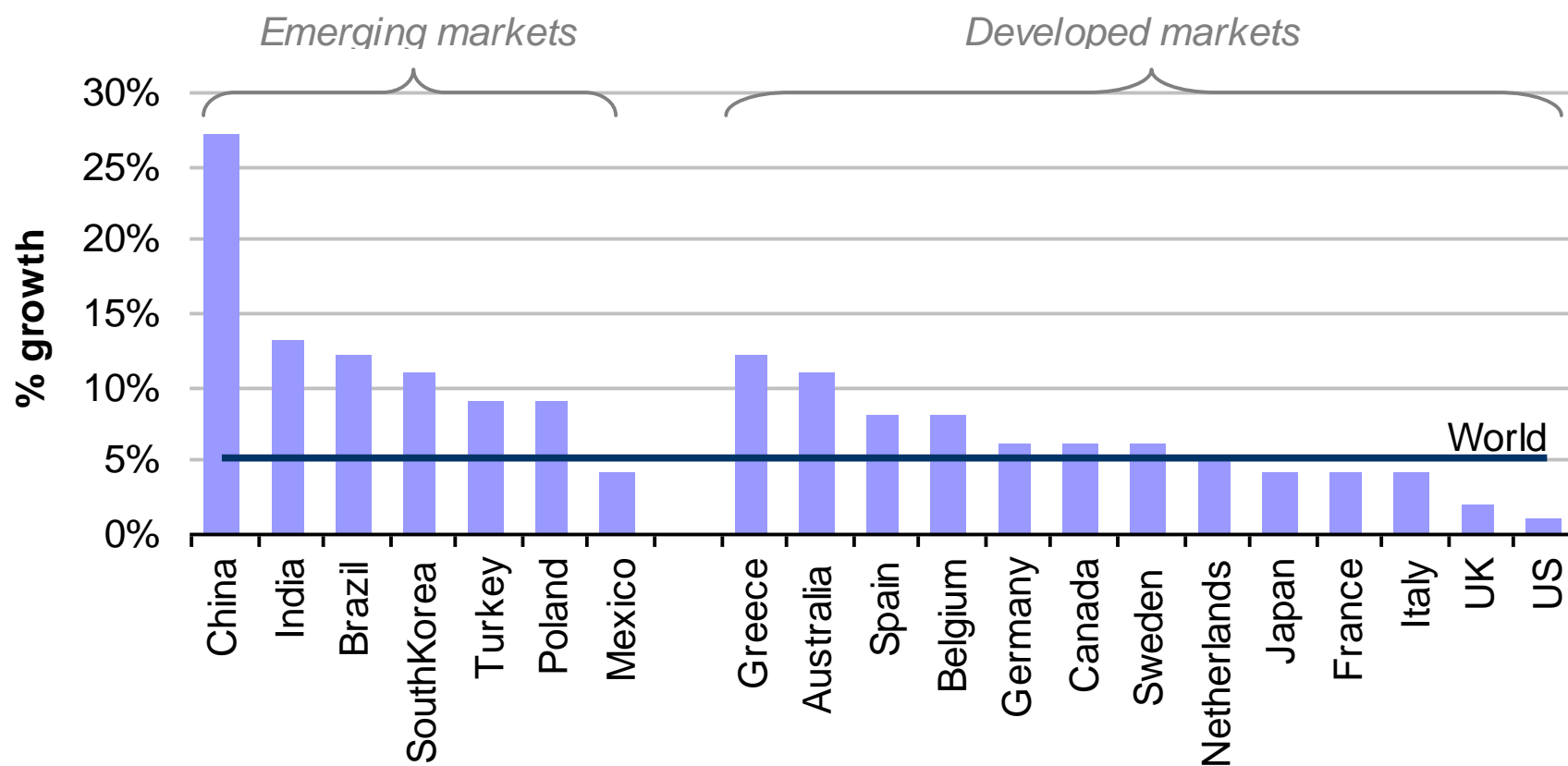
**Sector farmacéutico en España  
¿Cuál es la hoja de ruta para ser  
referencia en Europa?**

Madrid, 1 febrero, 2011

*Los mercados emergentes se espera que continúen siendo un driver de crecimiento*

**1**

## ***Las ventas farmacéuticas en los mercados emergentes crecen mucho más que en los países desarrollados***



---

## *Se cree que esta tendencia se acentuará*

- Las ventas farmacéuticas han tenido un crecimiento rápido en los principales mercados emergentes en los últimos años.
  - En contraste, USA, que representa el 42% del mercado farmacéutico mundial, está viendo un decrecimiento debido a las continuas expiraciones de patentes y a las medidas de contención de costes de los pagadores.
- Se espera que las ventas en los mercados emergentes continúen creciendo rápidamente debido a sus crecientes ingresos per capita.
  - Los mercados emergentes representan actualmente el 85% de la población pero sólo el 20% de las ventas farmacéuticas.
- Anti-infecciosos, vacunas y medicamentos básicos son las principales áreas de oportunidad en los mercados emergentes.
- Las enfermedades crónicas, como cáncer y diabetes, que requieren tratamientos largos, también están creciendo mucho en los países de ingresos medios.
- Las compañías farmacéuticas necesitarán orientarse hacia los médicos y farmacéuticos, como los principales decisores en la mayoría de los mercados emergentes.

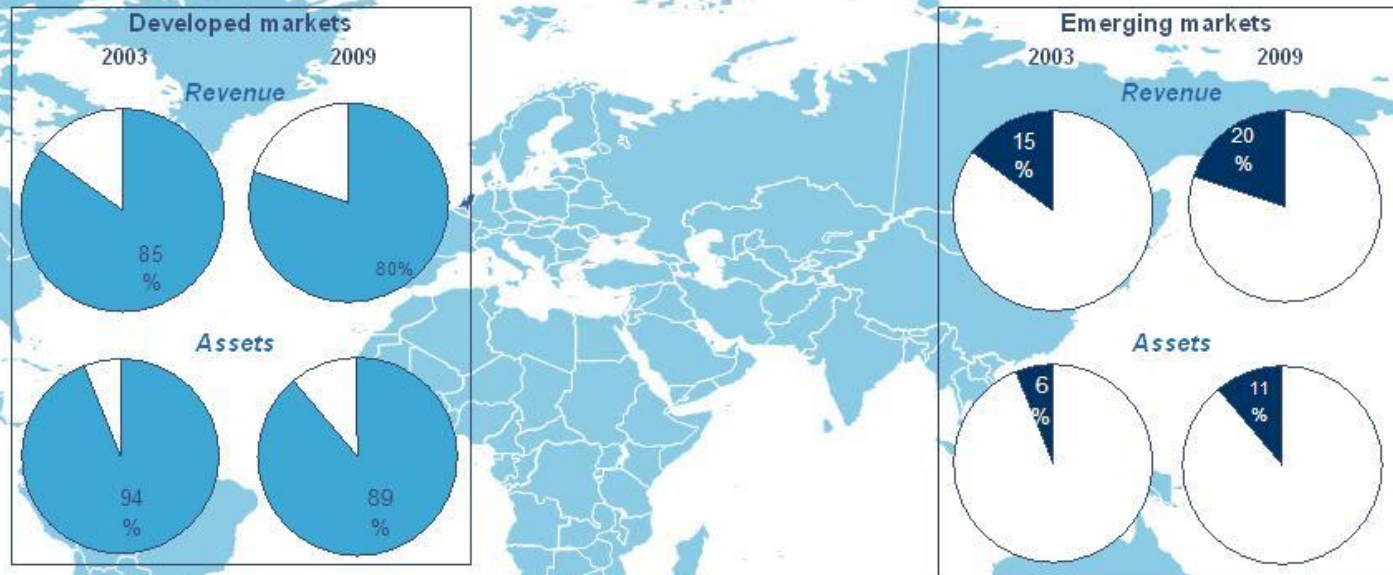
---

*Los mercados emergentes  
representan una oportunidad para  
reducir costes*

2

# *Las compañías farmacéuticas están desplazando su supply chain, fabricación y I+D hacia países emergentes, para reducir sus costes de estructura*

Increasing emerging market presence: 'Big Pharma'



---

## ***Características de este desplazamiento***

- Los mercados emergentes, como India y China, tienen una mano de obra más barata y bien formada tanto en I+D como en fabricación.
- Cambios regulatorios recientes han mejorado la protección de las patentes en esos países.
- Por otra parte, el crecimiento en los mercados emergentes está guiando la necesidad de presencia local.
- Aumento de la presencia en mercados emergentes conduce a:
  - Perfil operacional alineado con el crecimiento
  - Menores costes en el supply chain
  - Menores costes de fabricación
  - Menores costes de desarrollo de medicamentos/ medical devices
  - Capacidad de desarrollar terapias orientadas para los mercados locales

