

40 AÑOS DEL AUTOCUIDADO EN ESPAÑA. UN SECTOR CONSOLIDADO Y EMERGENTE

Jaume PEY

Director general de ANEFP (Asociación para el Autocuidado de la Salud)

EN 2018 se han cumplido cuarenta años desde que ocho compañías farmacéuticas pusieran la primera piedra para la construcción y el desarrollo del sector del autocuidado en España, a través de la fundación de ANEFP, en aquel entonces Asociación Nacional de Especialidades Farmacéuticas Publicitarias.

En la actualidad, cuarenta años después, ANEFP, hoy bajo la denominación de Asociación para el Autocuidado de la Salud, está formada por más de 80 compañías que, a lo largo de estos años, se han sumado a este sector, también conocido en inglés como *consumer health*. Su gran reto es poner en el mercado nuevos e innovadores medicamentos y productos de autocuidado, en sus distintos segmentos, que respondan a las necesidades de un nuevo consumidor. Se trata hoy en día de un consumidor con autonomía de decisión, que quiere ser educado en autocuidado, como una forma de mejorar y mantener su calidad de vida y retrasar su entrada en la etapa de paciente. El sector de autocuidado contribuye así también a la sostenibilidad y viabilidad futura de un sistema sanitario más fuerte y consolidado.

El sector ha pasado de ocho a ochenta compañías y la Asociación Nacional de Especialidades Farmacéuticas Publicitarias se ha transformado en Asociación para el Autocuidado de la Salud. Su ámbito de actuación se ha ampliado notablemente pues fabrican y comercializan no sólo medicamentos no sujetos a prescripción médica y no financiados con fondos públicos, sino también productos incluidos en los segmentos OTC (*over the counter* no medicamentos) PEC (*personal care*), PAC (*patient care*) y NUT (Nutrición). Esta rama productiva cubre, en definitiva, todas las áreas de medicamentos y productos que el ciudadano selecciona y utiliza personalmente para cuidar su salud, mejorar su calidad de vida y prevenir la enfermedad.

Cuarenta años después de su fundación, el sector del autocuidado en España alcanza, con un

valor consolidado de 6.000 millones de euros, más de 500 millones de unidades, un 30 por 100 de representatividad en la farmacia y más de 75.000 referencias de medicamentos y productos del segmento de autocuidado.

Aportación al Sistema Nacional de Salud (SNS)

El desarrollo del sector del autocuidado incide de forma directa en la sostenibilidad del sistema sanitario. En el informe realizado por el Centro de Investigación de Economía de la Salud de la Universidad Pompeu Fabra, sobre el valor económico y social del autocuidado, se cuantifica la aportación que hace al SNS: por cada cinco puntos de crecimiento del sector de los medicamentos y productos de autocuidado, este se ahorra más de 3.000 millones en un período de cinco años.

Este informe (que fue presentado en la reunión de la ISPOR, Internacional Society for Pharmacoeconomics and Outcomes Research) apunta también que la eficiencia ganada con el desarrollo del sector del autocuidado provendría de la optimización de recursos del SNS, al reducirse las visitas al médico para dolencias menores y de un menor gasto farmacéutico público. Además, habría que añadir el impacto positivo sobre el absentismo laboral y el mejor uso del tiempo libre por parte de los ciudadanos. El estudio también señala que una parte del gasto actual en medicamentos financiados tendría que ser asumido por los pacientes, pero, al tratarse de medicamentos con una media de precio que no supera los ocho euros, solo supondría un aumento del gasto privado de cinco euros anuales *per cápita*.

Un sector emergente en España

El crecimiento del mercado de autocuidado, iniciado en 2013, ha alcanzado hasta el 7 por 100 en los últimos años. Actualmente son más contenidos,

alrededor del 2 por 100, pero en la misma línea de desarrollo y con las mejores expectativas de futuro, entre el 2 y el 4 por 100 de crecimiento supuesto un entorno de evolución económica normal.

Estos ritmos de crecimiento se explican por la influencia que sobre el sector tiene la marcha general de la economía del país, dado que los medicamentos y productos CH requieren contribución del ciudadano. Así, en 2013 el sector del autocuidado se anticipó a la recuperación económica y, en la actualidad, nuestro crecimiento es menor debido a una pequeña desaceleración de la economía española.

Apuesta por el sector del autocuidado

Los más de 6.000 millones de euros en valor que hoy representa el mercado del autocuidado son el mejor resultado de esta apuesta de las compañías y del diálogo y la colaboración que ANEFP siempre ha mantenido con sus agentes protagonistas: administración sanitaria, profesionales sanitarios, medios de comunicación y también ciudadanos,

Un buen ejemplo del compromiso que las compañías de autocuidado tienen con el desarrollo del sector es el consolidado proceso de corregulación con el Ministerio de Sanidad, expresado por el «Sello ANEFP». Desde su puesta en marcha en 2012 hasta la fecha se ha otorgando más de 3.800 veces a la publicidad de medicamentos sin receta, lo cual es prueba de que se desenvuelve con normalidad y sin incidencias.

El lanzamiento de nuevos medicamentos y productos de autocuidado, con una media de 800 mensuales, incluyendo nuevos formatos y extensiones de línea, es un fiel reflejo de la relevancia que este sector tiene en el conjunto de la industria farmacéutica, así como de la demanda por parte de los ciudadanos, cada vez más concienciados de la importancia de la prevención y el cuidado de la salud para su calidad de vida.

Los planes de futuro del autocuidado

Ciudadanos y responsables sanitarios son, junto a los profesionales sanitarios, compañeros de viaje de ANEFP en el impulso de este sector del autocuidado colaborando en diversidad de proyectos. Entre ellos destacan la inclusión de los medicamentos no sujetos a prescripción médica en la receta

electrónica en todas las comunidades autónomas; la propuesta de puesta en marcha de la primera prueba piloto para productos de autocuidado; el desarrollo de los programas EVAFARM (El valor del autocuidado en la farmacia) y EVAMED (El valor del autocuidado para el médico) y el impulso de acciones de responsabilidad social corporativa. Todas estas iniciativas van encaminadas a optimizar todo el valor que el sector del autocuidado puede aportar, tanto a nivel social como económico. Bajo estas premisas se desarrolla el Plan Estratégico y de Acción del sector, encaminado a facilitar el acceso al mercado de los medicamentos y productos de autocuidado y potenciar el valor del autocuidado para los agentes interesados, médicos, farmacéuticos y enfermeros.

En la agenda del sector del autocuidado con las administraciones sanitarias se sitúan también temas como el desarrollo de los productos de autotest y nuevas normativas relacionadas con los complementos alimenticios, los cosméticos, los productos sanitarios y los laboratorios farmacéuticos, así como el Foro Comunidades Autónomas-ANEFP del que se celebró la segunda edición en 2017.

En relación con los profesionales sanitarios cabe destacar que ANEFP ha firmado un acuerdo de colaboración con la Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia (SEMG), que tiene entre sus objetivos promover la inclusión de los medicamentos y productos de autocuidado en la prescripción electrónica, en aras a una adecuada atención sanitaria a los ciudadanos. En la misma dirección se orienta la renovación este año del convenio de colaboración con el Consejo General de Farmacéuticos, por el cual ambas instituciones se comprometen a trabajar de forma conjunta ante las administraciones para que el autocuidado esté incluido en los programas informáticos de ayuda a la prescripción electrónica. Con ambos colectivos de profesionales, médicos y farmacéuticos, al igual que con enfermeros, la formación en autocuidado es también un objetivo al que se dedican esfuerzos a lo largo de 2018, a través de los programas formativos EVA (El valor del autocuidado) para los farmacéuticos (EVAFARM) y para los médicos (EVAMED).

Las actividades de la asociación dirigidas a todos los agentes del sector sanitario son, sin duda, uno de los mejores indicadores del rol que el sector del autocuidado desempeña en la actualidad. Igualmente, reflejan la apuesta y el compromiso de las compañías asociadas con sus objetivos, que se re-

afirman en las cada vez más frecuentes reuniones entre ellas y el equipo de ANEFP, con la finalidad de compartir las metas, y los planes estratégicos y de acción de la asociación.

El nuevo entorno digital

Finalmente, subrayemos que el sector no es ajeno a la relevancia que el entorno *online* tiene. Se han iniciado actividades y proyectos encaminados a aprovechar todo el potencial que ofrece. La *Guía de buenas prácticas para la comunicación digital de medicamentos sin receta* es un buen ejemplo de este objetivo.

Todos estos retos, proyectos y actividades se desarrollan en un escenario de buenas perspectivas. En el futuro, este escenario será más diverso y más complejo, pero el sector del autocuidado lo afronta con la potencia que ofrecen más de 80 empresas encuadradas en ANEFP, una asociación representativa, fuerte y con experiencia. Todos apostamos por un sector del autocuidado sólidamente implantado, innovador, capaz de adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades de la salud de los ciudadanos y de colaborar con el sistema sanitario como socio estratégico, imprescindible para su viabilidad y sostenibilidad futura.