

# INFONÓMETRO

## SALUD 2018

Colaboración:



Investigación:



## INFONÓMETRO SALUD 2018

Presentamos el primer **INFONÓMETRO** de Salud que impulsa **Infoperiodistas y Acceso**, con el apoyo de la **FAPE** (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) y **ANIS** (Asociación Nacional de Informadores de Salud).

Esta formado por una investigación que analiza dos ámbitos. Por una parte, **la encuesta a periodistas** y por otra el **análisis de las noticias publicadas** en los medios.

## OBJETIVO

El objetivo del INFONÓMETRO de Salud es valorar la relación entre las **fuentes** de información del sector de la salud y los **periodistas**, para facilitar la labor de las redacciones de los **medios** de comunicación.



# INFONÓMETRO SALUD

## Parte 1: Percepción de los periodistas

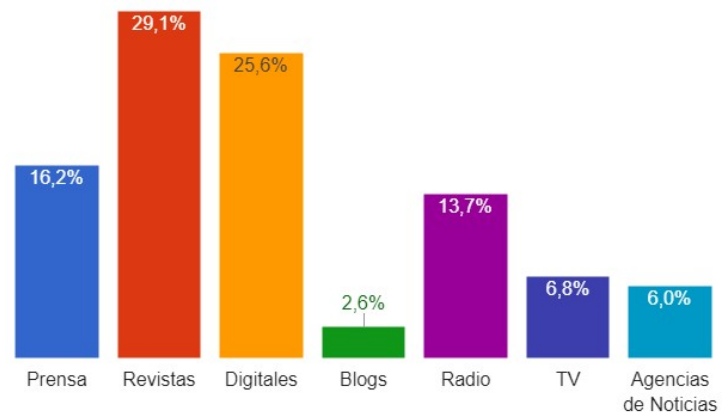
*info*periodistas

Tu medio para llegar a los medios

## ALCANCE: PARTICIPACIÓN

Han participado más de un centenar de periodistas (117) de medios tanto especializados en salud como generalistas.

Están representados los diferentes formatos y ámbitos:

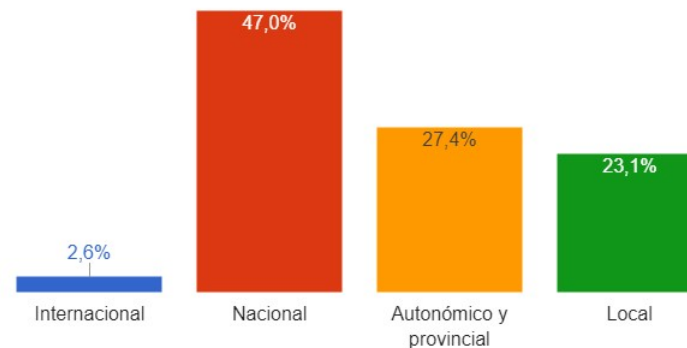


### Formatos:

Revistas	29,10%
Digitales	25,60%
Prensa	16,20%
Radio	13,70%
TV	6,80%
Agencias de	6,00%
Blogs	2,60%

### Ámbitos:

Nacional	47,00%
Autonómico	27,40%
Local	23,10%
Internacional	2,60%

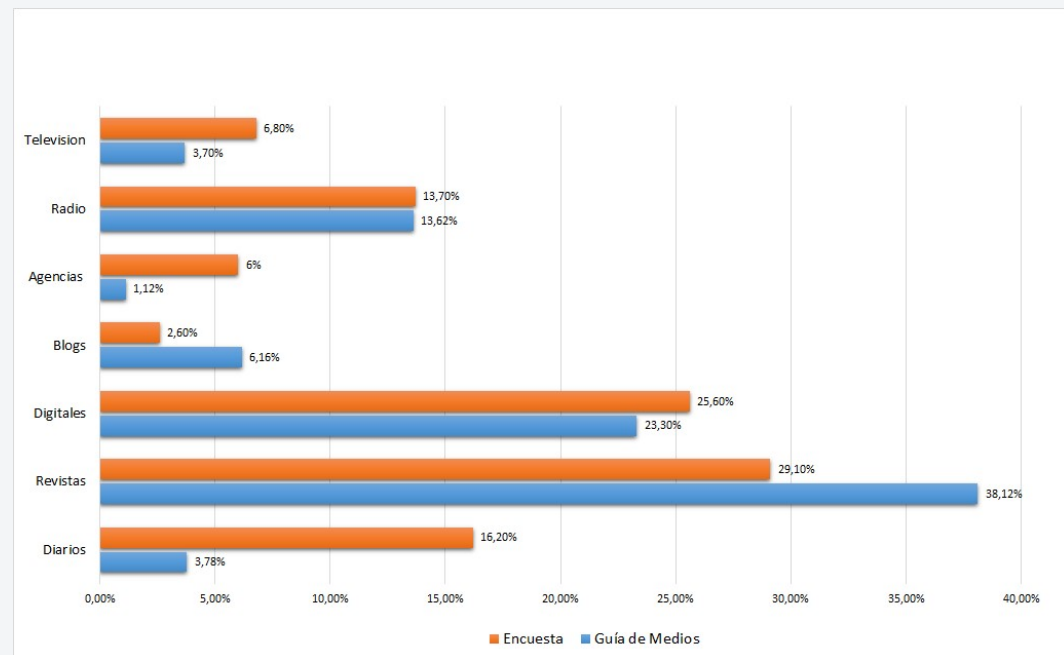


## ALCANCE: SOPORTE

Encuesta enviada a **2.361**  
MEDIOS de la Guía de Medios

Representa el **32,3%** de los  
**7.293 medios** que tiene la **Guía de Medios de España**

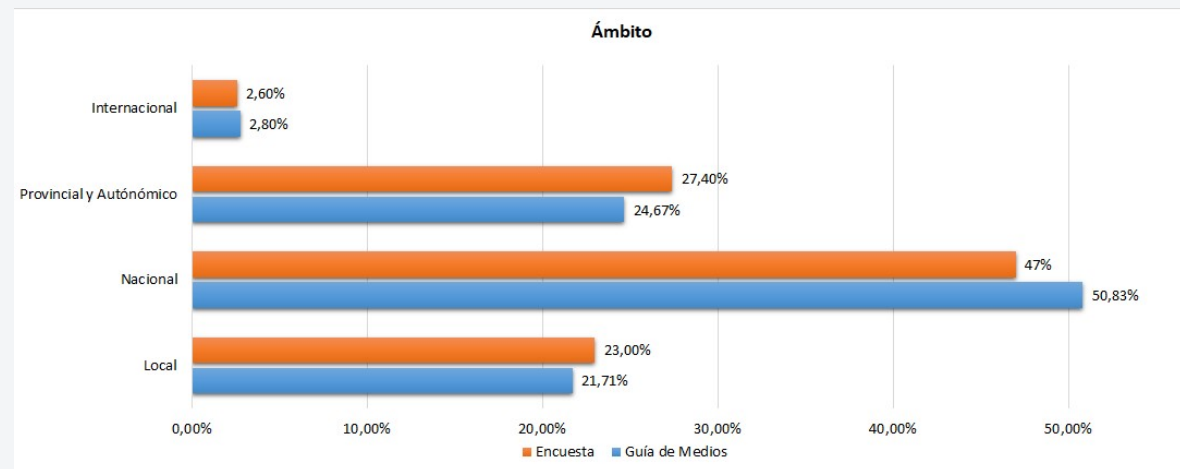
### SOPORTES



## ALCANCE: ÁMBITO

Hay **equilibrio** y proporcionalidad entre los medios que han recibido la encuesta de los diferentes **ámbitos**

### ÁMBITO



## ALCANCE

Tiempo medio de respuesta **7 minutos**

Cuestionario de **47 preguntas**

Octubre y Noviembre 2017 (Dos meses)

### Bloques

Fuentes de información  
Departamento de Comunicación  
Agencias de Comunicación  
La Información  
Formatos y Canales  
Internet y Redes Sociales  
Medios



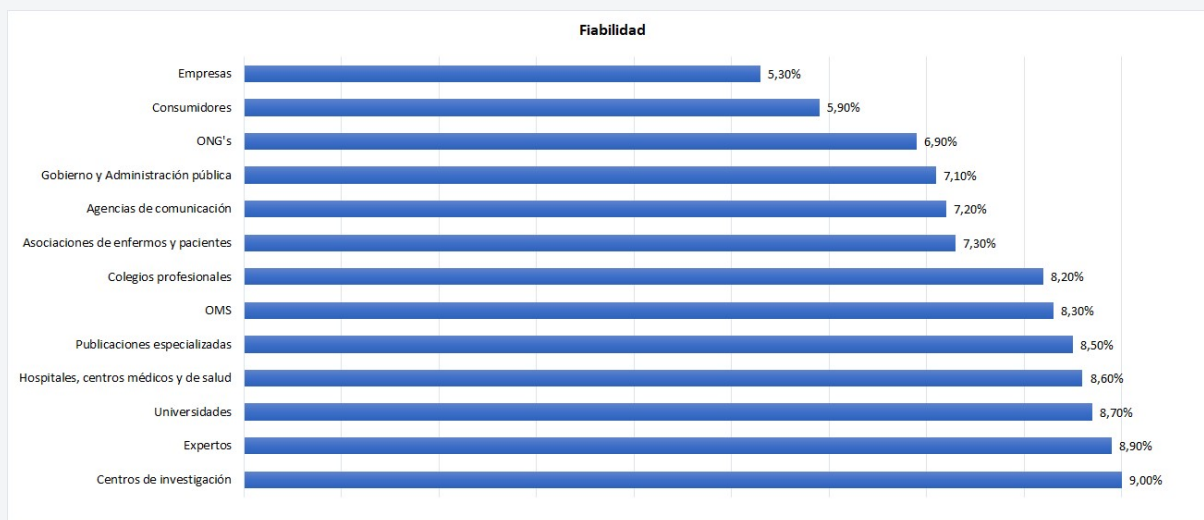
# FUENTES DE INFORMACIÓN

## ¿CUÁLES SON LAS FUENTES MÁS FIABLES?

La mayoría de los periodistas consultados dotan de más fiabilidad a **los centros de investigación, expertos, universidades y hospitales** a la hora de obtener información.

Por su parte, **administración, ONG's, consumidores y empresas** son los menos fiables para dar credibilidad a una noticia.

### FIABILIDAD DE LAS FUENTES



## ¿CUÁLES SON LAS FUENTES MÁS FIABLES?

Encabezan la lista de Fiabilidad con estas concentraciones:

Centros de Investigación 70,9%

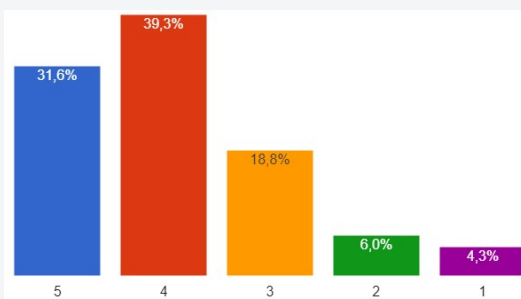
Expertos con el 71,8%

Universidades con el 61,6%

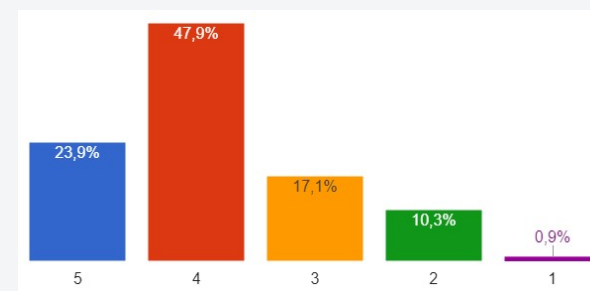
Hospitales con el 63,7%

### FUENTES MÁS FIABLES

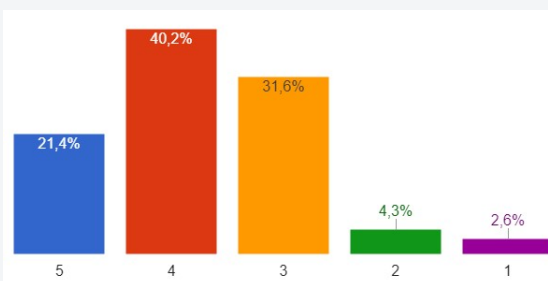
#### Centros de investigación



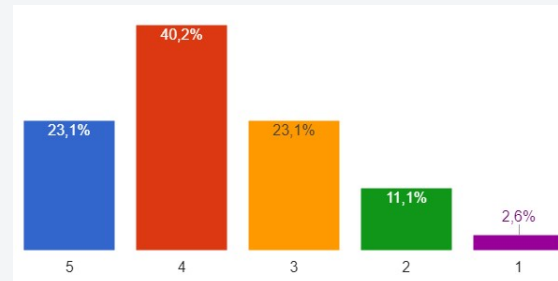
#### Expertos



#### Universidades



#### Hospitales



## ¿CUÁLES SON LAS FUENTES MENOS FIABLES?

Por su parte, las concentraciones en las fuentes **menos** fiables para dar credibilidad a una noticia son:

Gobierno y Administración  
con el 33,3 %

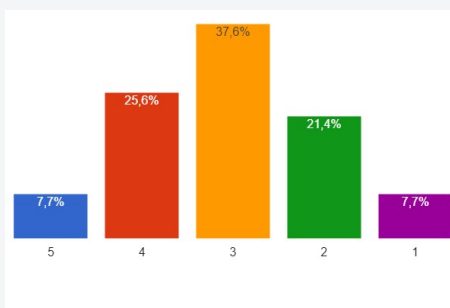
ONG's con un 27,3 %

Consumidores con un 15,4%

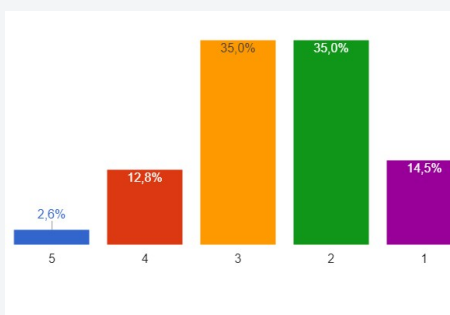
Empresas con un 7.7%

### FUENTES MENOS FIABLES

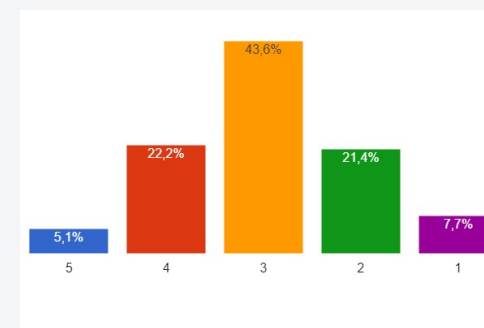
#### Gobierno y Administración



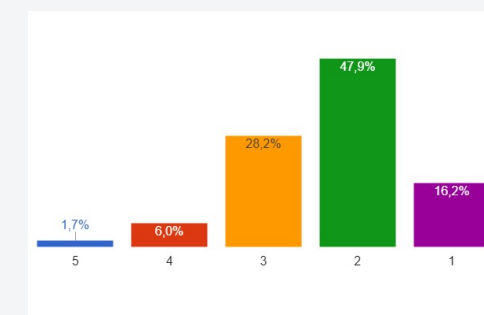
#### Consumidores



#### ONG's



#### Empresas

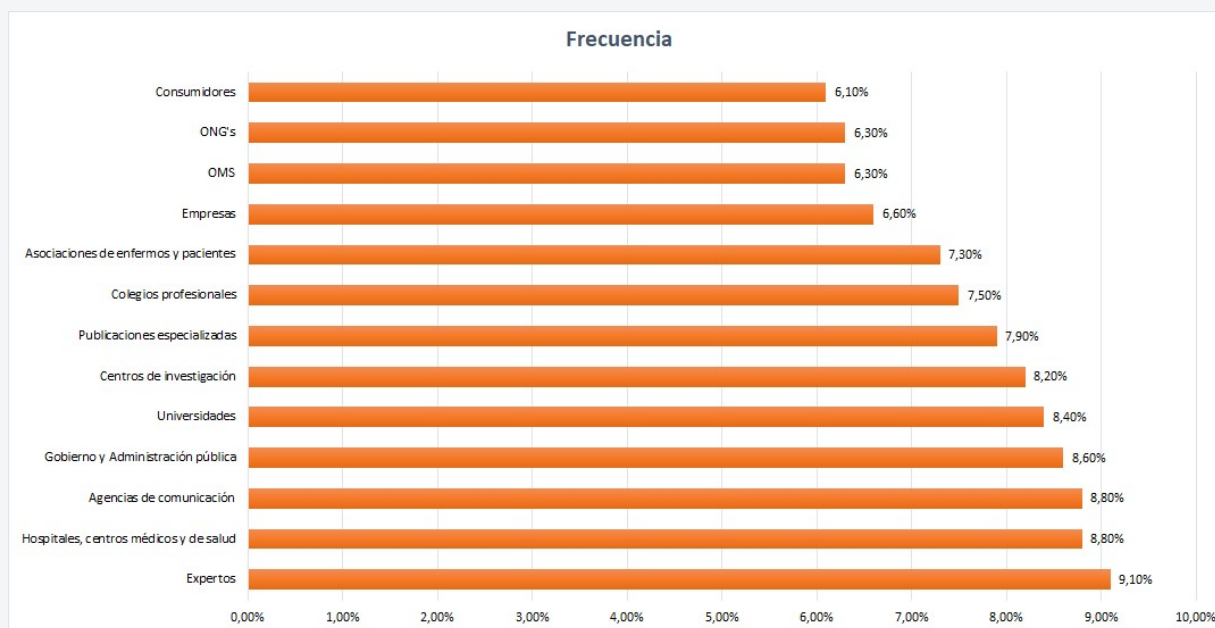


## ¿CUÁLES SON LAS FUENTES MÁS FRECUENTES?

El **Experto** es la fuente más frecuente a la que acude el periodista. Le siguen los **Hospitales**, las **Agencias de comunicación** y el **Gobierno y Administración pública**

Por su parte, las fuentes que consultan con menos frecuencia son **Empresas**, **ONG's**, **OMS**, **Consumidores**

### FUENTES MÁS CONSULTADAS



## ¿CUÁLES SON LAS FUENTES MÁS FRECUENTES?

Encabezan la lista de Frecuencia con estas concentraciones:

Expertos 54,7%

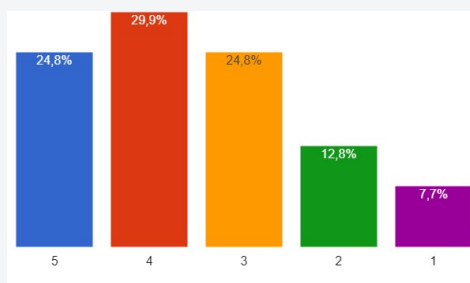
Hospitales el 52,1%

Agencias de Comunicación 49,5%

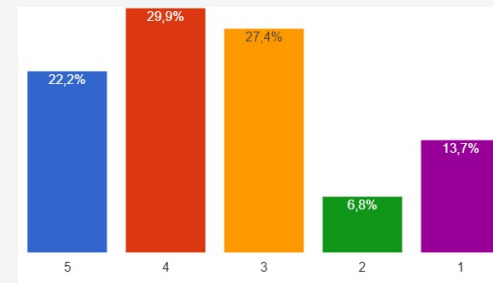
Gobierno y Administración 45,3%

### FUENTES MÁS CONSULTADAS

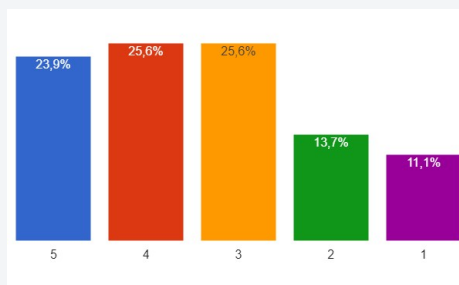
#### Expertos



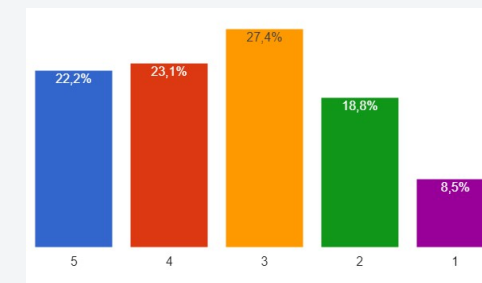
#### Hospitales



#### Agencias de Comunicación



#### Gobierno y Administración



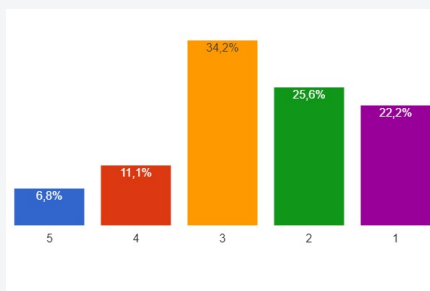
## ¿CUÁLES SON LAS FUENTES MENOS FRECUENTES?

Por su parte, las concentraciones en las fuentes **menos** consultadas son:

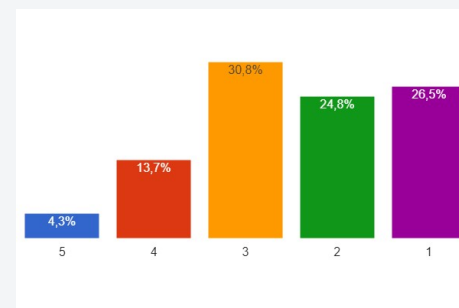
**Empresas** con un 17,9%  
**ONG's** con el 18%  
**OMS** con un 20,5%  
**Consumidores** 14,6 %

### FUENTES MENOS CONSULTADAS

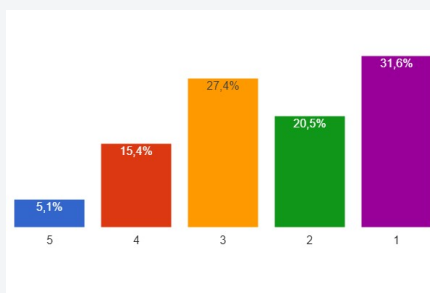
#### Empresas



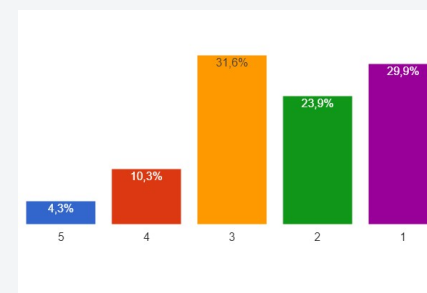
#### ONG's



#### OMS



#### Consumidores



## ¿CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE FIABILIDAD Y FRECUENCIA DE LAS FUENTES?

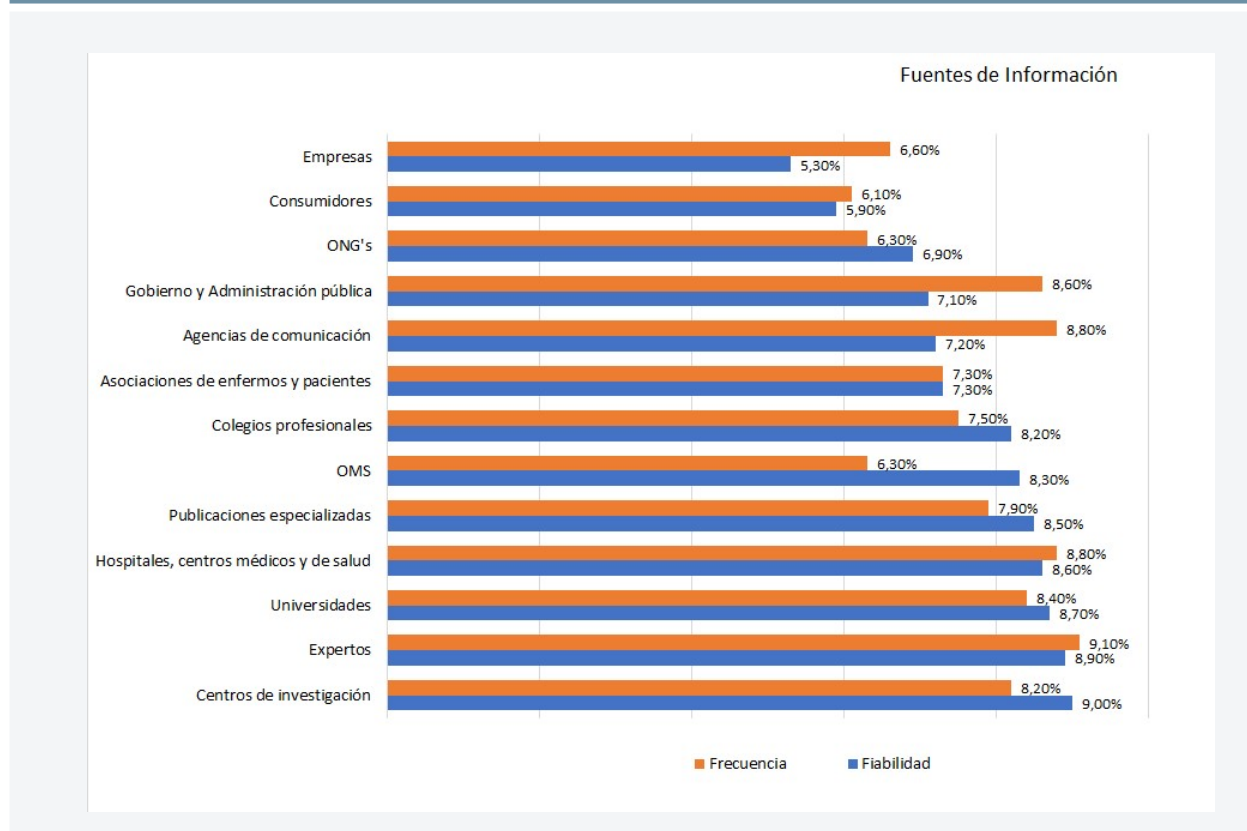
Si tenemos que destacar la mejor fuente, por fiabilidad, frecuencia y seguimiento es el **experto**. El gran valor del periodista es saber dónde se encuentran.

Destaca también por frecuencia el Gobierno y las Agencias de Comunicación mientras que caen en fiabilidad.

Las empresas, consumidores y ONG's son las que sacan peor puntuación en ambos casos.

**infoperiodistas**  
Tu medio para llegar a los medios

### COMPARATIVA FIABILIDAD Y FRECUENCIA





## ¿ES FÁCIL ACCEDER A LOS EXPERTOS PARA CONTRASTAR LA INFORMACIÓN?

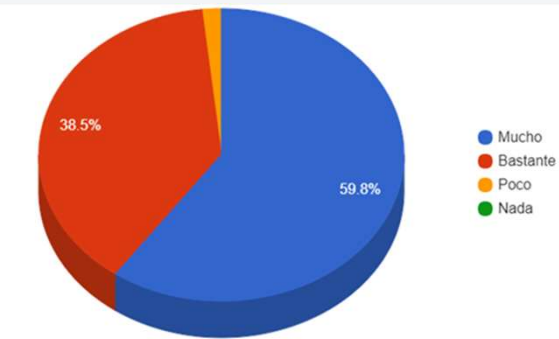
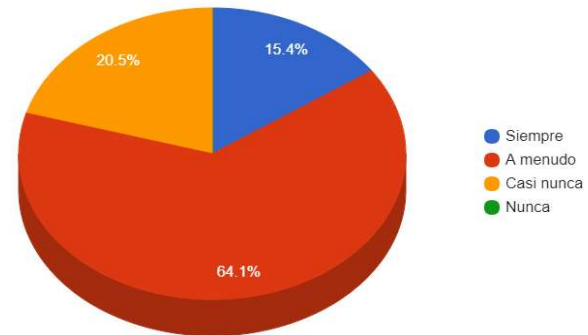
Por su parte, un **64,1%** ha respondido que “a menudo” los encuentra y un **15,4%** ha contestado que “siempre”

Todavía **1 de cada 5 periodistas** ha contestado que casi **nunca** pueden acceder a ellos para contrastar la información.

Además, **el 98,3%** ha valorado positivamente la utilidad de tener una **relación más cercana** con ellos

### EXPERTOS

Acceder a los Expertos



Relación más cercana

# INTERLOCUTORES

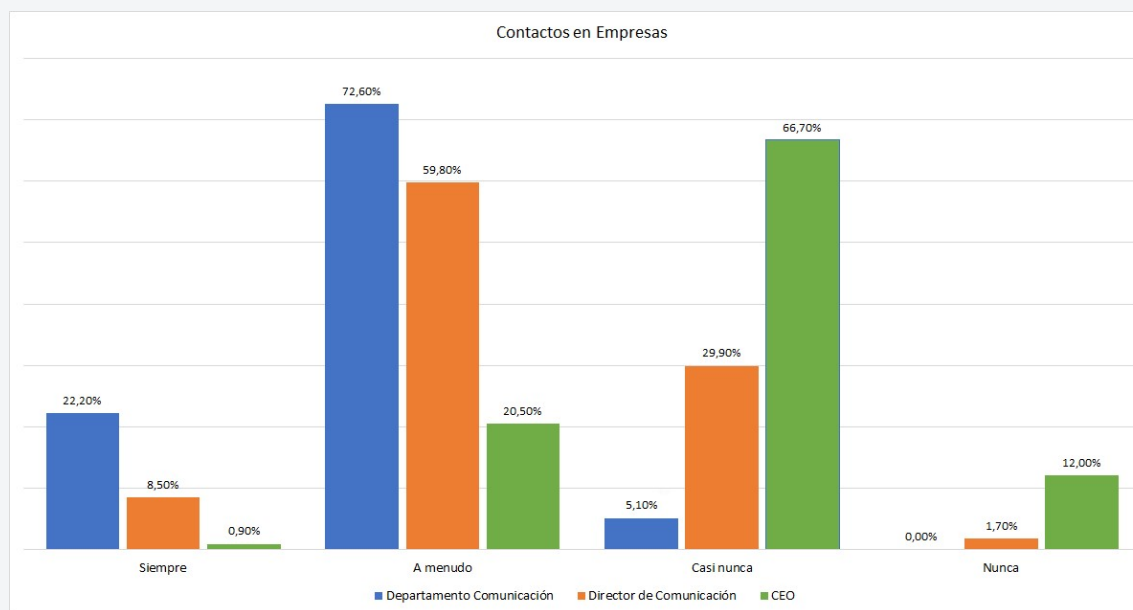
## ¿ES FÁCIL CONTACTAR CON LOS PROFESIONALES EN EMPRESAS?

El **94,8 %** de los periodistas consultados destacan la facilidad de contactar con el **departamento de comunicación**.

El **68,3%** manifiesta que puede hablar con el **Director de Comunicación**.

Otro tema es llegar al **Presidente o Consejero Delegado**. El **78,7%** de los periodistas “Nunca” o “Casi nunca” hablan con él.

### DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN, DIRECTORES Y CEO

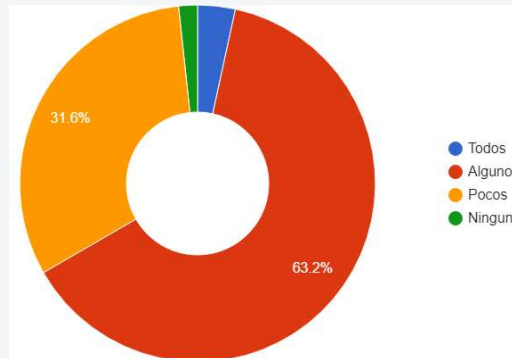


## ¿CÓMO ATIENDEN A LOS PERIODISTAS?

El **94,8 %** de los periodistas, siempre y a menudo, esperan mejoras respecto a la celeridad para la resolución de cuestiones

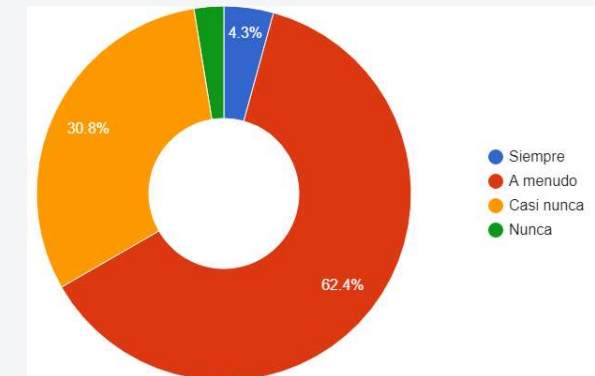
Además, **66,7%** de los periodistas, siempre y a menudo, explican que suelen entender sus necesidades de información.

### RELACIÓN CON LOS PERIODISTAS. DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN



Esperan mejoras

Entienden sus necesidades



## ¿ES MÁS FÁCIL SI ADEMÁS HAY AGENCIA DE COMUNICACIÓN?

Los periodistas agradecen la existencia de la agencia de comunicación, además de departamento de comunicación.

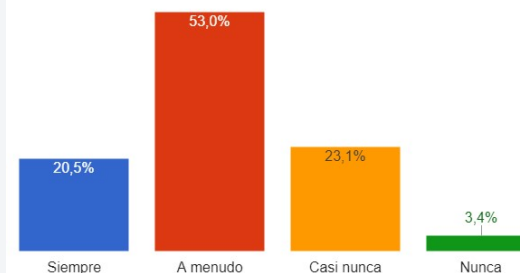
Tres de cada cuatro considera que es más fácil cuando coexisten ambas **73,5%**

Cuando solo hay Agencia y no departamento en la empresa, la relación funciona casi igual o mejor. Un **76,1%**, no percibe diferencias y trabajan igual de bien que cuando hay departamento de comunicación

**in**foperiodistas  
Tu medio para llegar a los medios

### AGENCIA DE COMUNICACIÓN

Agencia  
+  
Empresa



Solo Agencia

## ¿CUAL ES EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE COMUNICACIÓN?

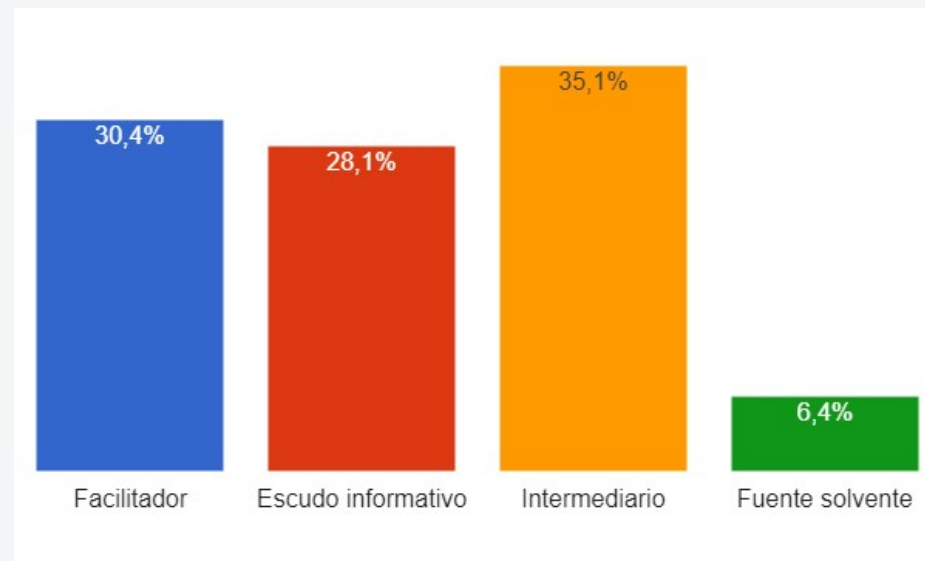
En general las agencias hacen bien su papel.

Un **65,5%** la considera una intermediaria o facilitadora de información

Un **28,1 %** de las respuestas de los periodistas considera que es un escudo informativo

Solo un **6,4%** las considera fuente solvente

### AGENCIAS DE COMUNICACIÓN



# LA INFORMACIÓN

## ¿QUÉ INFORMACIÓN ES LA QUE MÁS INTERESA?

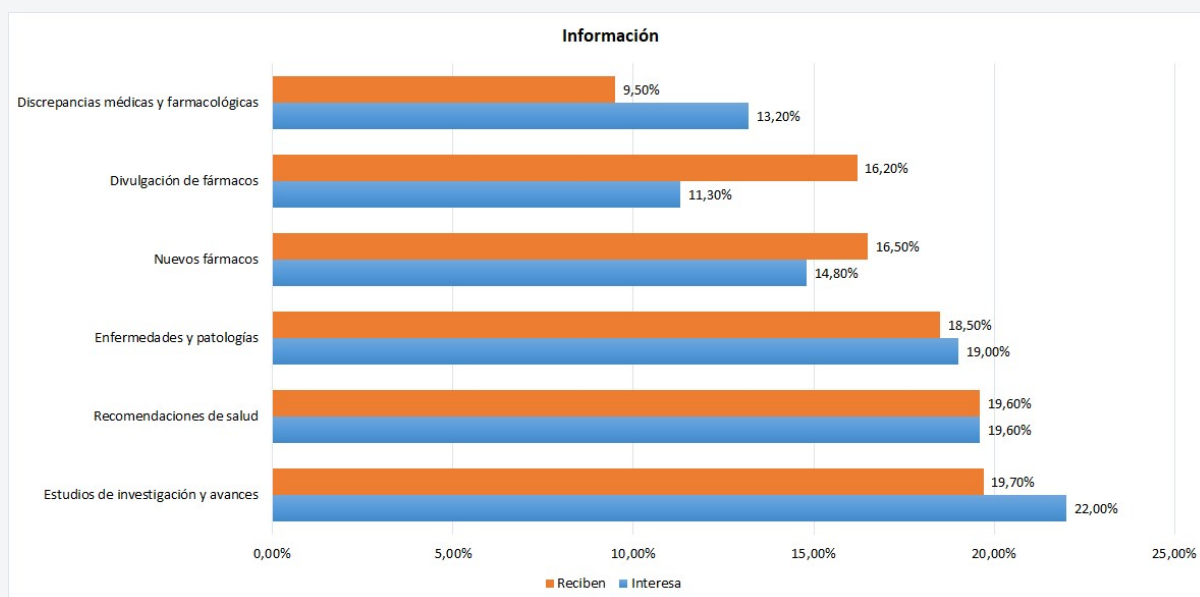
Hay **demanda** de información sobre las **discrepancias** médicas y farmacológica.

Divulgación de **fármacos** y nuevos fármacos, **reciben más** de lo que les **interesa**.

Hay **proporcionalidad** en **enfermedades** y patologías y las **recomendaciones** de salud.

El **mayor interés** está en los **Estudios de investigación y Avances**

### COMPARATIVA ENTRE LO QUE MÁS INTERESA Y LO QUE MÁS RECIBEN





## ¿HAY UN EXCESO DE PLANIFICACIÓN EN LA INFORMACIÓN DE SALUD?

El 91,1% de los periodistas creen que la información de salud está muy planificada.

El control informativo 45,6% y a la falta de transparencia 24,9% suman un 70.5%

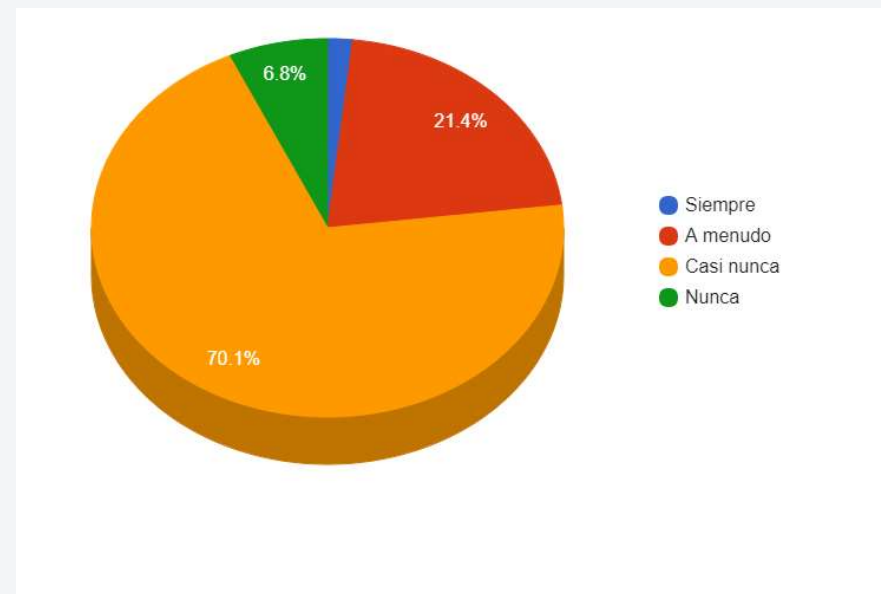
### CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN DE SALUD



## ¿TE FACILITAN LA INFORMACIÓN DE CRISIS?

Cuando la información de salud es **negativa**, los periodistas encuentran muchas dificultades para obtener datos en un **76.9%**

### ACCESO A LA INFORMACIÓN DE CRISIS



# FORMATOS Y CANALES

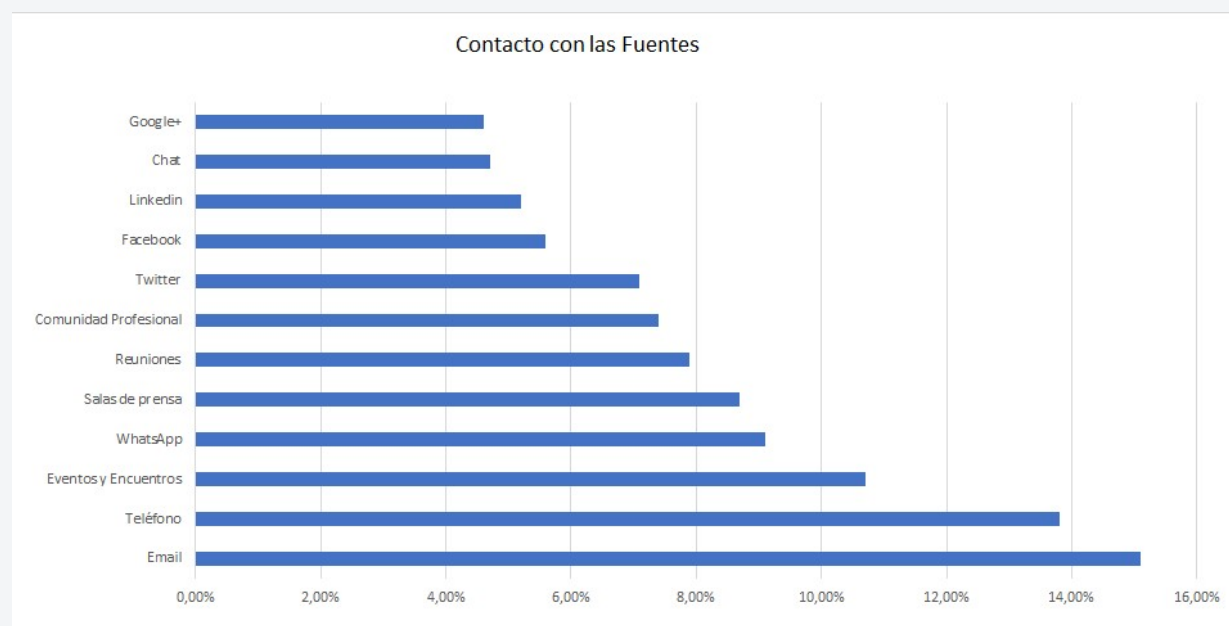
## ¿CÓMO CONTACTAN CON LAS FUENTES?

El principal canal para contactar con las fuentes ya es el correo electrónico con un **15,1%**, le sigue el teléfono **13,8%** y los eventos con un **10,7%** y el Whatsapp **9,1%**

El chat apenas se utiliza, un **89,8%** ha contestado entre muy poco y poco. Sin embargo, el **63,2 %** lo considera útil.

Redes sociales como Google+, LinkedIn y Facebook tampoco suelen ser herramientas para contactar con las fuentes.

### FORMA DE CONTACTO. FRECUENCIA Y PREFERENCIAS



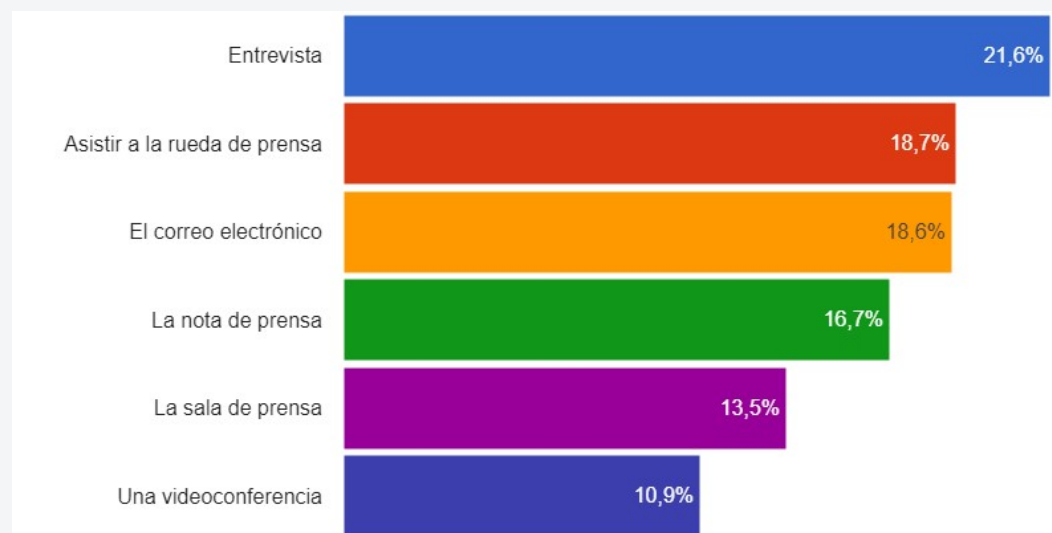
## ¿QUÉ FORMATO ES MÁS ÚTIL PARA RELACIONARTE CON LAS FUENTES?

En presencial gana la Entrevista con un 21,6% y quedan prácticamente empatados la asistencia a Rueda de Prensa 18,7%,

Además, el 82,1% de los periodistas las consideran que las Ruedas de Prensa están bien preparadas

El 35,3 % lo obtiene la información elaborada en Nota de Prensa y por Correo electrónico. si añadimos la información que obtienen de la Salas de prensa, asciende lo no presencial a un 48,8%

### FORMATOS PERIODÍSTICOS



## ¿CUÁNTAS NOTAS DE PRENSA PUBLICAN LOS PERIODISTAS?

El **70%** de los periodistas **publican** entre el 10% y el 30% de las notas de prensa que reciben

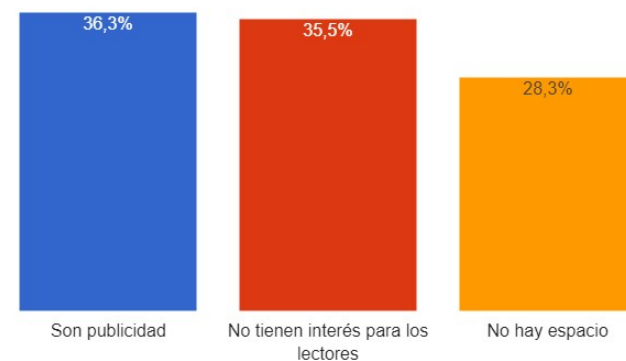
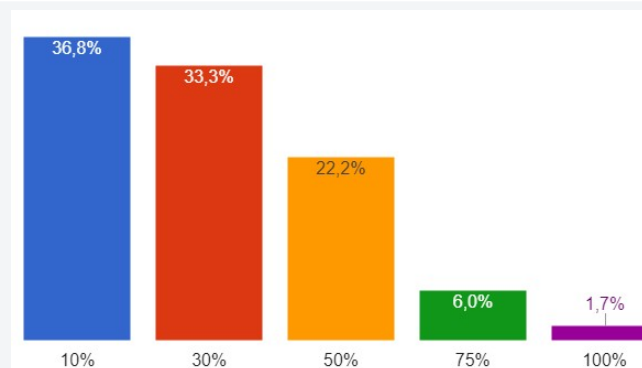
Las que **no publican** las consideran publicidad el 36.3% y de poco interés un 35,5%.

Ambos suman un **71,8%**.

Solo el **28,3%** alega falta de espacio en su medio

Dividida la opinión en un **56,4%** que considera que no es útil que les llamen frente a el **43,6%** considera que sí lo es.

### NOTA DE PRENSA

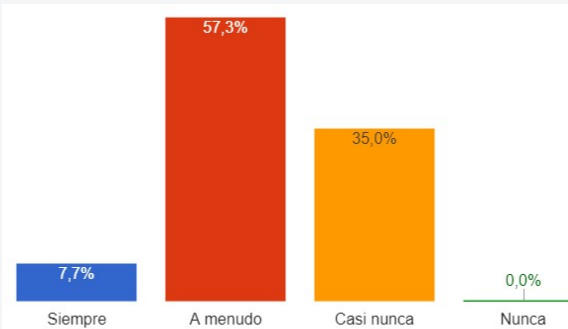


## ¿RECIBES INFORMACIÓN QUE NO ES PARA TU SECCIÓN?

El **85,5 %** de los periodistas encuestados explican que entre "a menudo" y "siempre" reciben notas de prensa que **no pertenecen a su área** informativa.

El **35%** indica que casi nunca recibe la **información adecuada** para publicarla en su soporte (Texto, audio, video, fotos.)

### NOTA DE PRENSA



# INTERNET Y REDES SOCIALES

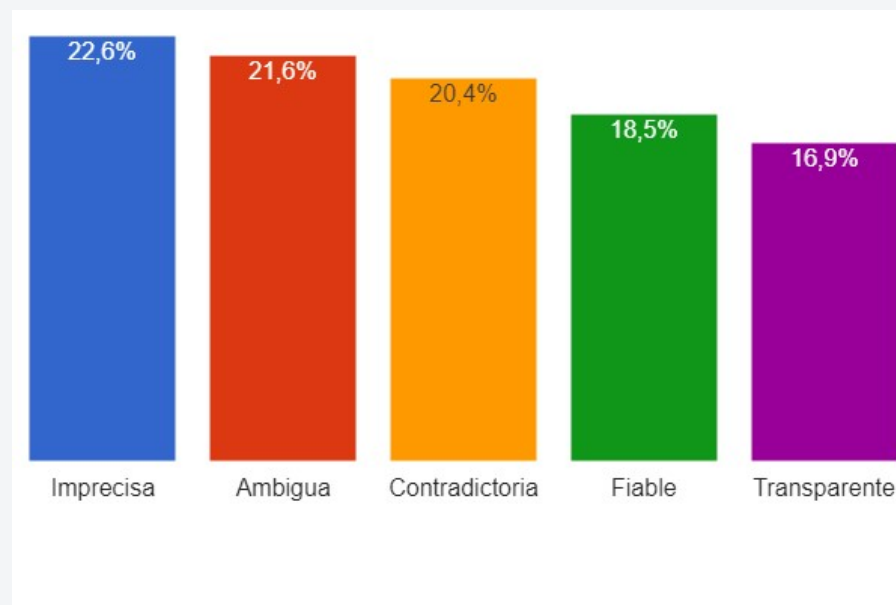


## ¿CÓMO CONSIDERAS LA INFORMACIÓN QUE ENCUENTRAS EN INTERNET?

Un **64,6%** de los periodistas consultados, la etiqueta como imprecisa, ambigua y contradictoria.

Fiable alcanza un **18,5%** y transparente sólo un **16,9%**

### PREFERENCIAS, FIABILIDAD Y USO

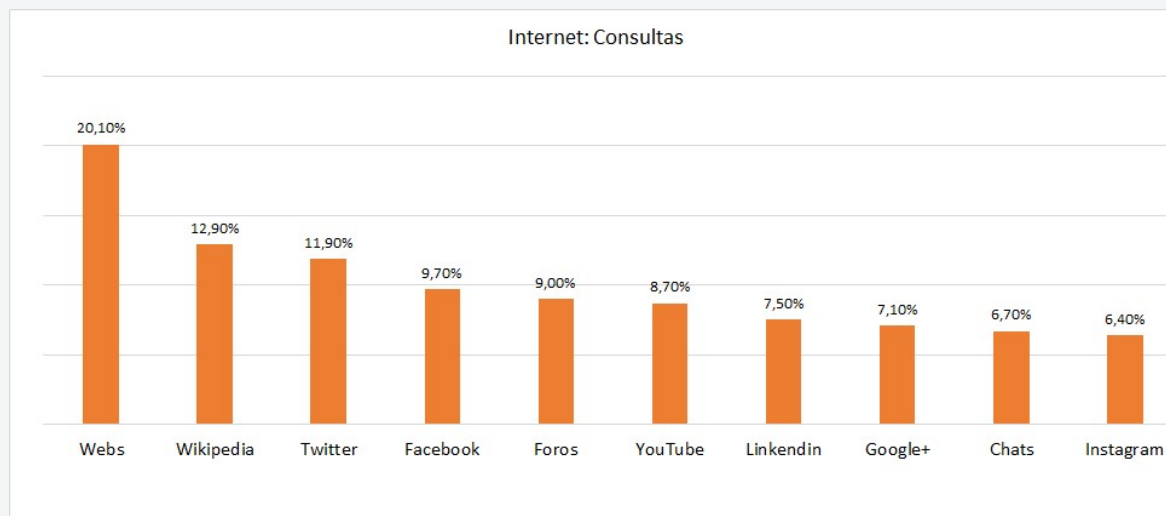


## ¿QUÉ RECURSOS CONSULTAN MÁS EN INTERNET?

Los periodistas se centran más en las **Websites** 20,1% seguido de **Wikipedia** 12.90% y **Twitter** 11,9% para obtener información.

Las tres fuentes suponen el **44,9%** a la hora de buscar información

### INTERNET Y REDES SOCIALES PARA CONSULTAR INFORMACIÓN



## ¿QUÉ RECURSOS UTILIZAS PARA DIFUNDIR NOTICIAS EN INTERNET?

Twitter con un 17,8%

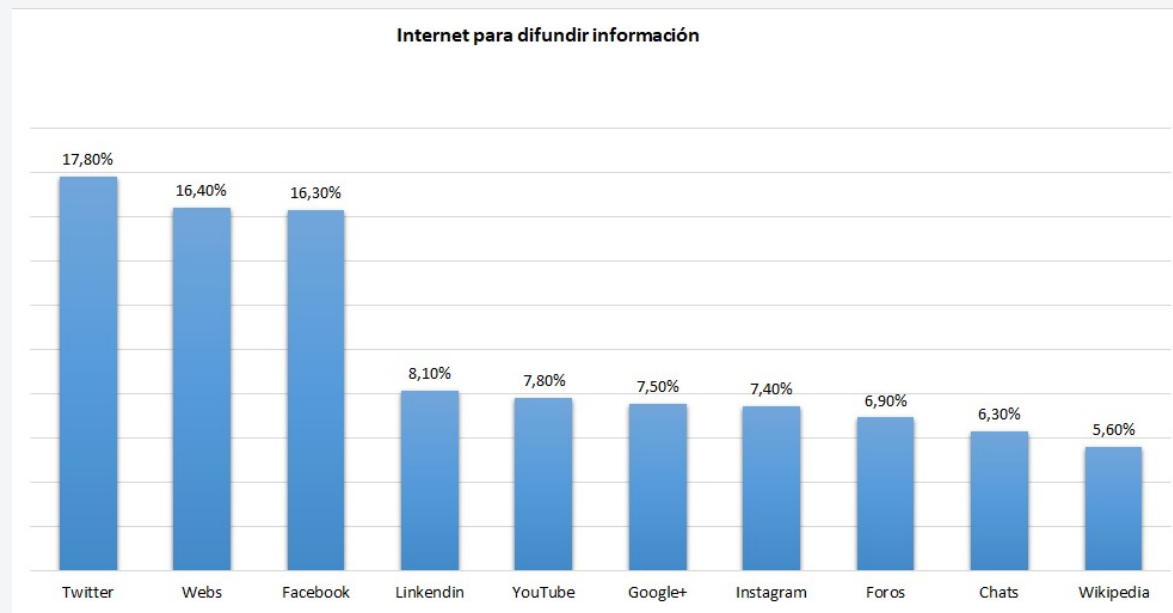
Las Websites 16,4%

Facebook 16,3%.

Las tres suman ya un 50,5%.

El resto queda a mucha distancia y muy repartido entre LinkedIn, Youtube, Google+, Instagram, Foros, Chats y Wikipedia

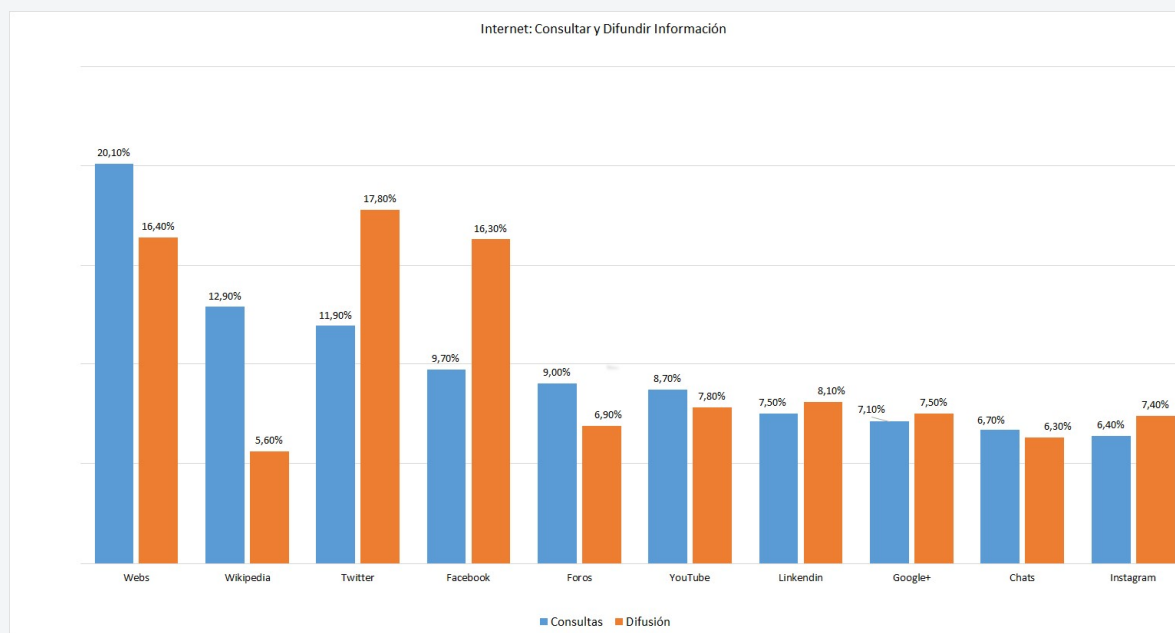
### INTERNET Y REDES SOCIALES PARA DIFUNDIR NOTICIAS



## ¿QUÉ CANALES COINCIDEN EN CONSULTA Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN?

Contrasta el uso de la [Wikipedia](#), mientras es la segunda más usada para obtener información es la última para difundir sus propias noticias.

### COMPARATIVA INTERNET Y REDES SOCIALES PARA CONSULTAR Y DIFUNDIR NOTICIAS



# MEDIOS

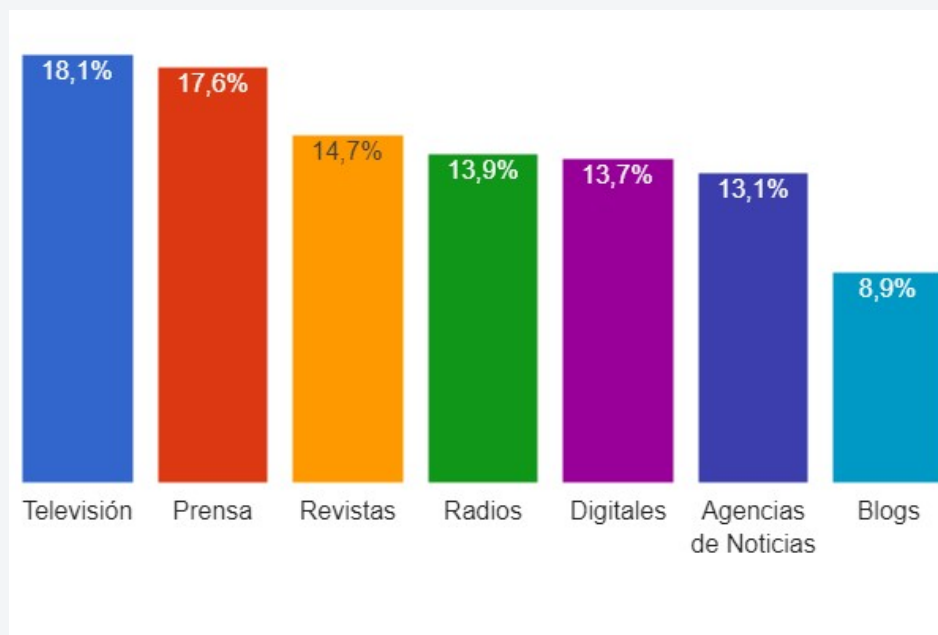
## ¿ LAS FUENTES TIENEN PREFERENCIAS POR ALGUNOS SOPORTES INFORMATIVOS?

Según los periodistas consultados las fuentes tienen preferencia por soportes informativos. Así lo creen el **89,7%** de los periodistas consultados.

Televisión y prensa son los preferidos, con un **35,7%**

Los **Digitales** y **Blogs** ya representan un **22,6%**. Juntos se sitúan en primera posición.

FORMA DE CONTACTO. PREFERENCIA DE LAS FUENTES POR LOS SOPORTES



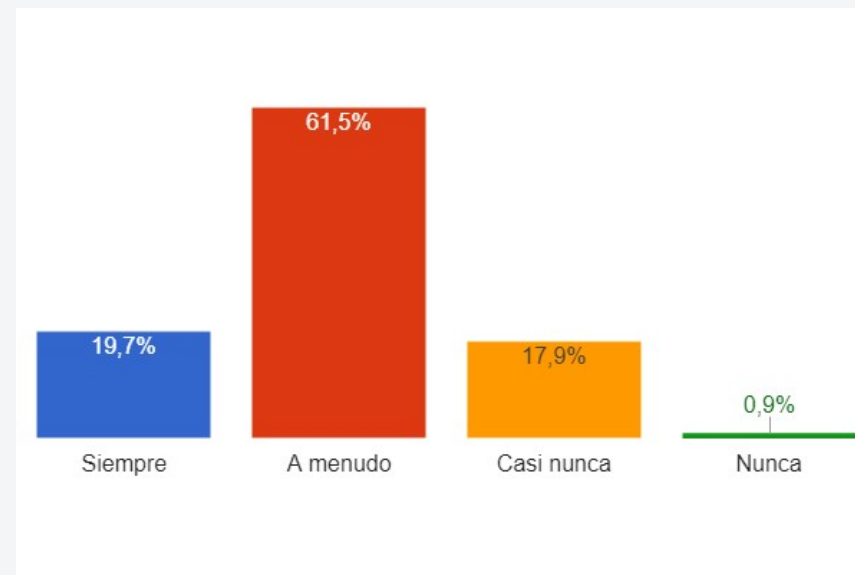
## ¿HAY TRATO DESIGUAL PARA LAS PUBLICACIONES NACIONALES Y LAS DEMÁS?

El **81,2%** de los periodistas opinan que entre a menudo y siempre se marginan a las publicaciones locales, provinciales y autonómicas.

Las respuestas de los periodistas de medios autonómicos y provinciales la cifra se sitúa en el **84,4%**.

Si valoramos las respuestas de los periodistas locales, el porcentaje sube hasta el **96,3%**

### PREFERENCIAS POR ÁMBITO NACIONAL, AUTONÓMICO, PROVINCIAL Y LOCAL



## ¿LOS MEDIOS DEBEN DEDICAR MÁS ESPACIO A LOS TEMAS DE SALUD?

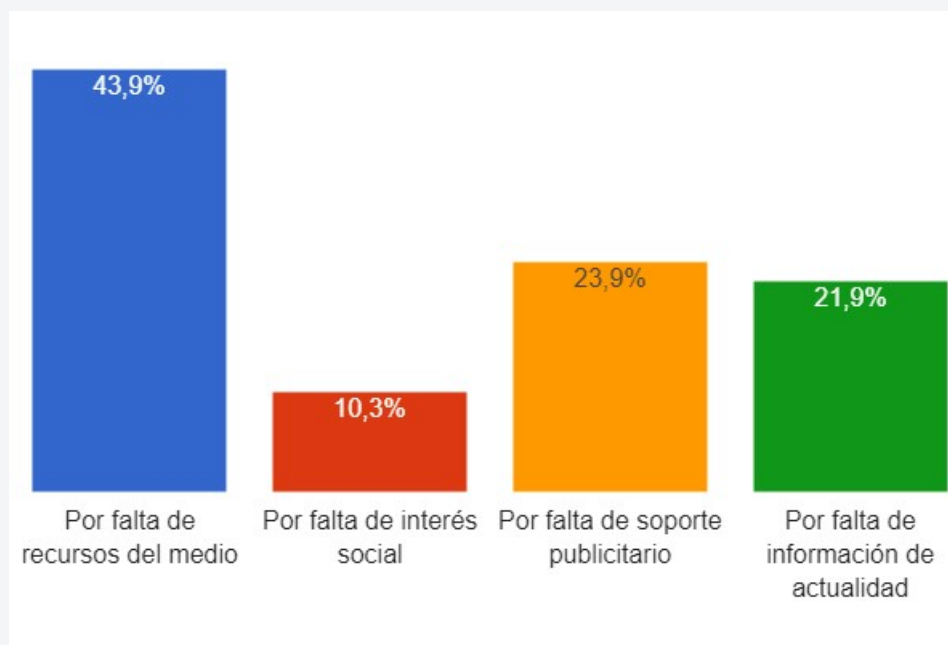
El **87,2%** de los periodistas considera que los medios de información general **si** deben dedicar más espacio a las áreas de salud

El **43,9%** de los encuestados piensan que es por falta de **recursos del medio**.

El **90%** de los encuestados, han respondido que “nunca” o “casi nunca” **han recibido presiones**

El **59.8%** de los periodistas **sí** considera que tiene mayor responsabilidad que otros periodistas de otras áreas temáticas

### INTERESES INFORMATIVOS







# INFONÓMETRO

## SALUD

Parte 2: Análisis de las noticias publicadas en los medios

## ALCANCE

El análisis se realiza sobre las **288.238 noticias** publicadas durante el año 2017 en **633** soportes de prensa y online sobre contenidos referentes al sector salud.

### Impresos

- 450 diarios (incluye cabeceras y suplementos)
- 75 revistas

### Online

- 98 digitales
- 10 blogs

## CONTENIDOS

El estudio se articula en base al análisis de las siguientes temáticas:

- Farmacéuticas (20)
- Patologías (13)
- Áreas terapéuticas (13)
- Reguladores
- Investigación

Para determinar el contenido de las temáticas se ha tomado como referencia el Portal de Marketing Farmacéutico PMFARMA.

Fuente:

<http://www.pmfarma.es/estadisticas/>

Para la obtención de los sujetos mediáticos relacionados con estas temáticas se han realizado búsquedas semánticas sobre términos concretos relacionados con las temáticas.

Como ejemplo, describimos las búsquedas realizadas para el área terapéutica pediatría:

### **-Pediatría.**

Se realizan búsquedas sobre conceptos como los siguientes:

Pediatría, "áreas de la Pediatría", "Asociación Española de Pediatría", "Especialidades Pediátricas", "enfermedades infantiles", "malalties infantils", "enfermedades infancia", "malalties infancia", "enfermedades niños", "malalties nens", "enfermedades pediátricas", "malalties pediatriques", "enfermedades pediatria", "malalties pediatria"~5n, "patología infancia", "patologías infancia", "patologies infancia", "Patología pediátrica", "Patologías pediátricas" "patologies pediatriques", etc

Detalle en Anexo 2

## GUÍA DE ANÁLISIS

- ✓ Informaciones: Número de informaciones publicadas en medios sobre el sector analizado.
- ✓ Menciones: Número de informaciones en las que aparece algunas de las áreas temática analizadas. Una misma información puede contener menciones de más de un área temática.
- ✓ Valor Económico : Valor publicitario equivalente (AVE) de las informaciones calculado a partir de las tarifas publicitarias de auditores oficiales.
- ✓ Audiencia: Impactos potenciales en audiencia proporcionados auditores oficiales.
- ✓ Espacio: Número de páginas ocupadas en prensa.
- ✓ Medio: Nombre de la cabecera en prensa y de la página en medios online
- ✓ Tipo de medio: Impreso u Online.
- ✓ Tipología de medio: Diarios, Revistas, Digitales, Blogs
- ✓ Clasificación del medio: Información General, Económicos, Salud, Otros...
- ✓ Ámbitos de difusión: Nacional o Regional (desglose por CCAA)
- ✓ Área Temática: Áreas terapéuticas, Patologías, Farmacéuticas, Investigación y Reguladores.

## ¿CUÁNTO OCUPA EL SECTOR FARMACÉUTICO Y DE SALUD EN LOS MEDIOS?

### Principales cifras del sector en 2017

**288.239** informaciones al año

24.020 informaciones al mes

790 informaciones al día

**633** soportes involucrados

525 nº de páginas en prensa

**105.822M** impactos potenciales en audiencia

8.818M impactos al mes

290M impactos al día

**1.219M €** valor publicitario equivalente

102M € VPE al mes

3,34M € VPE al día

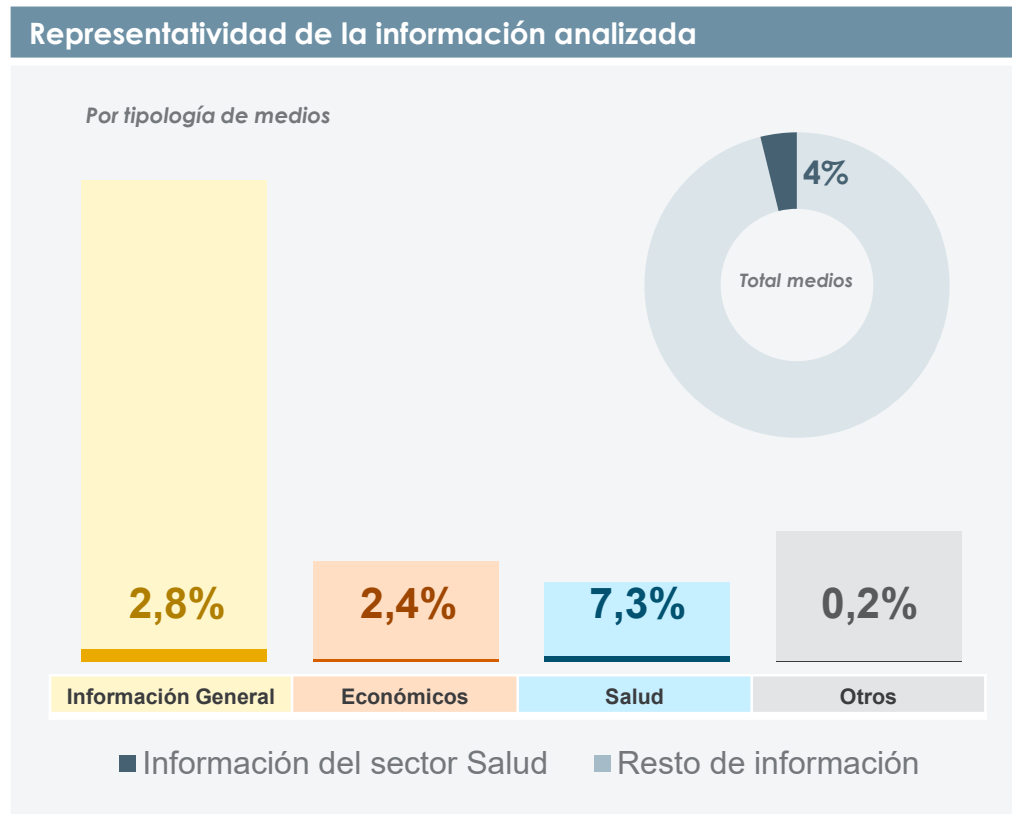
Datos resultantes de las informaciones publicadas en la selección de medios del informe en torno a las cinco áreas temáticas objeto de estudio (áreas terapéuticas, patologías, empresas farmacéuticas, investigación y reguladores).

## ¿CUÁL ES EL PESO DE LAS INFORMACIONES DE SALUD SOBRE EL TOTAL?

El peso del sector salud es del 2,8% respecto del total de lo publicado en medios de información general.

Ligeramente por debajo, con un 2,4%, tenemos su presencia en medios de información económica.

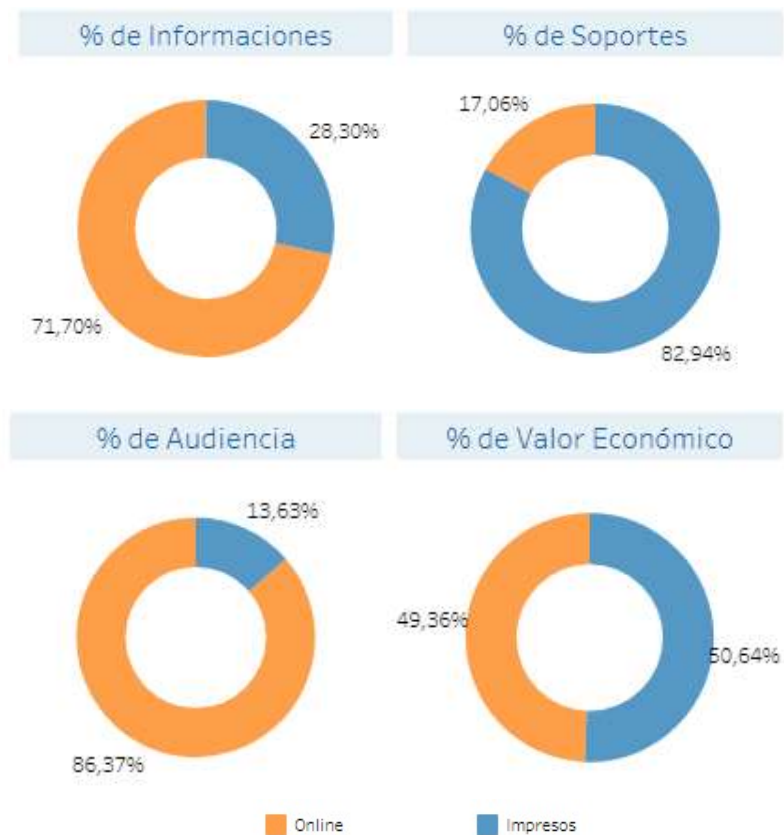
En los medios especializados en salud, la representatividad de la información analizada en este estudio es del 7,3%. En los medios especializados en otras temáticas, el peso es del 0,2%.



## ¿CÓMO SE DISTRIBUYE LA INFORMACIÓN POR TIPO DE MEDIO?

Siete de cada diez informaciones del sector se publican en medios online. Estas informaciones alcanzan el 86% de los impactos potenciales en audiencia.

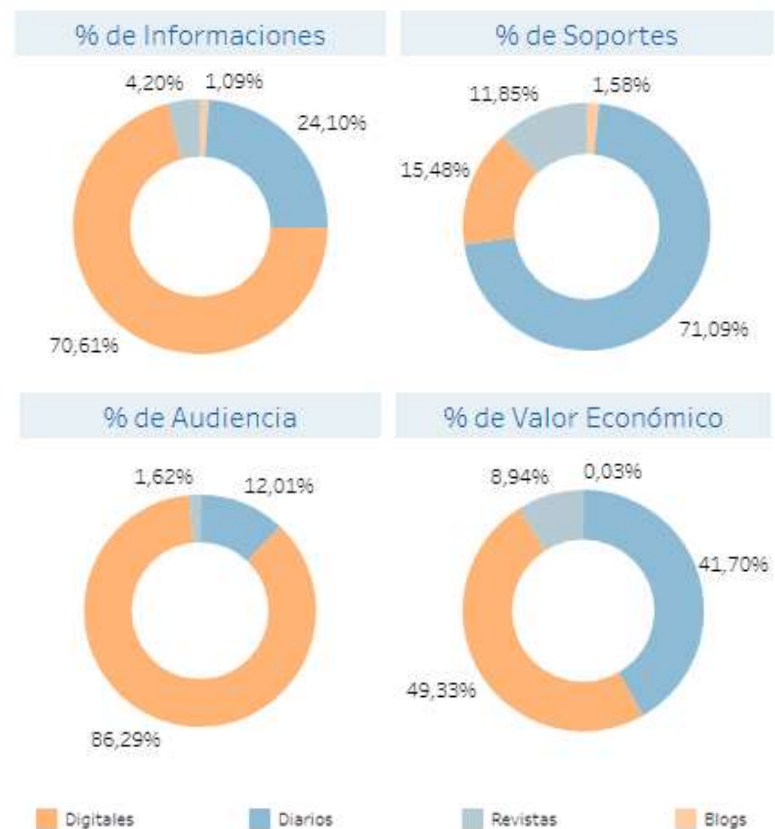
El valor económico equivalente medio de estas informaciones es mayor en medios impresos, de ahí el equilibrio entre el valor económico entre medios online y medios impresos.



## ¿CÓMO SE DISTRIBUYE LA INFORMACIÓN POR TIPOLOGÍA DE MEDIO?

Un 70% de las informaciones del sector se publican en medios digitales a pesar de que solo representan un 15% de los medios auditados. Con estas informaciones se consigue el 86% de los impactos potenciales en audiencia.

El valor económico se obtiene, principalmente en digitales (49%) y en diarios (41%).

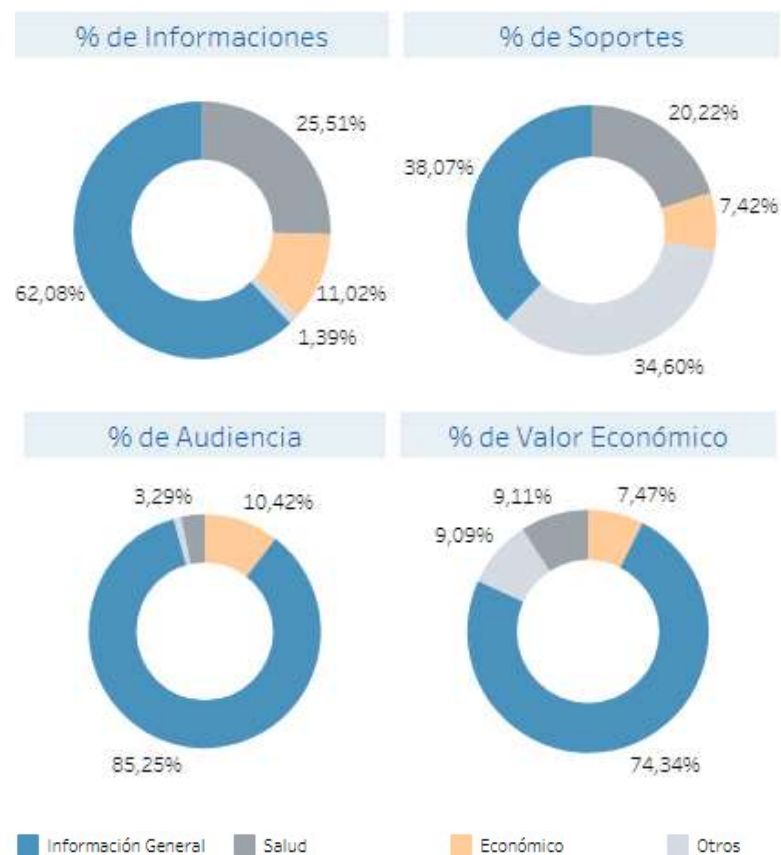




## ¿CÓMO SE DISTRIBUYE LA INFORMACIÓN POR CLASIFICACIÓN DEL MEDIO?

Un 62% de las informaciones del sector se publican en medios de información general. En estos medios lideran en impactos en audiencia (85%) y en valor económico (74%).

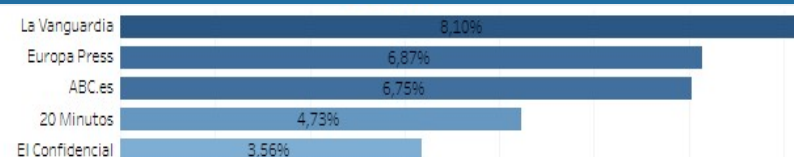
Los medios especializados en salud, pese a que suponen un 20% de los soportes auditados y aportan el 25% de las informaciones, sólo consiguen el 3% de los impactos en audiencia.



## ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS QUE MAS PUBLICARON SOBRE EL SECTOR?

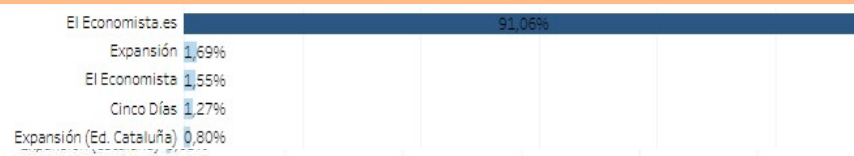
### Top 5 Información General

	Nº Informaciones	Valor económico	Audiencia
La Vanguardia	14.497	149M €	19.849M
Europa Press	12.290	28M €	3.636M
ABC.es	12.076	93M €	14.438M
20 Minutos	8.472	50M €	7.141M
El Confidencial	6.368	45M €	6.969M



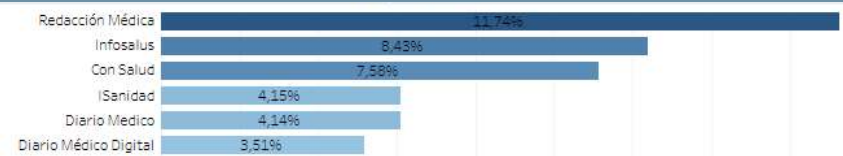
### Top 5 Económicos

	Nº Informaciones	Valor económico	Audiencia
El Economista.es	28.928	58M €	10.623M
Expansión	536	5M €	69M
El Economista	493	4M €	26M
Cinco Días	404	3M €	16M
Expansión (Ed. Cataluña)	254	1M €	32M



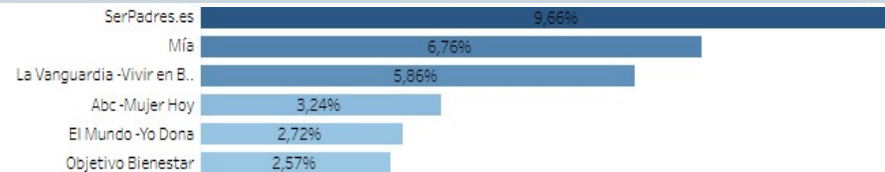
### Top 20 Salud

	Nº Informaciones	Valor económico	Audiencia
Redacción Médica	8.631	2M €	182M
Infosalus	6.195	1M €	173M
Con Salud	5.573	4M €	75M
ISanidad	3.053	0M €	4M
Diario Medico	3.045	0M €	26M



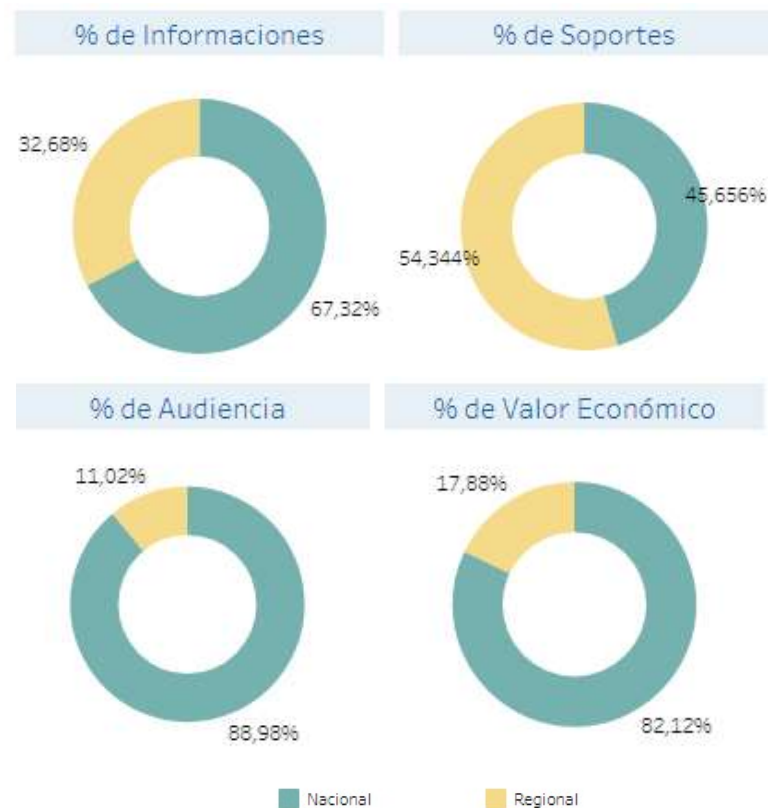
### Top 20 Otros

	Nº Informaciones	Valor económico	Audiencia
SerPadres.es	387	0M €	14M
Mía	271	6M €	65M
La Vanguardia -Vivir en Barc...	235	4M €	132M
Abc -Mujer Hoy	130	10M €	145M
El Mundo -Yo Dona	109	9M €	30M



## ¿CÓMO SE DISTRIBUYE LA INFORMACIÓN POR ÁMBITO DE DIFUSIÓN DEL MEDIO?

Pese a que el porcentaje de medios de difusión nacional (46%) y regional (54%) auditados es muy similar, es en medios de difusión nacional donde se publican el mayor número de informaciones (67%) que obtienen el mayor alcance potencial en audiencia (89%) y el mayor retorno económico (82%).

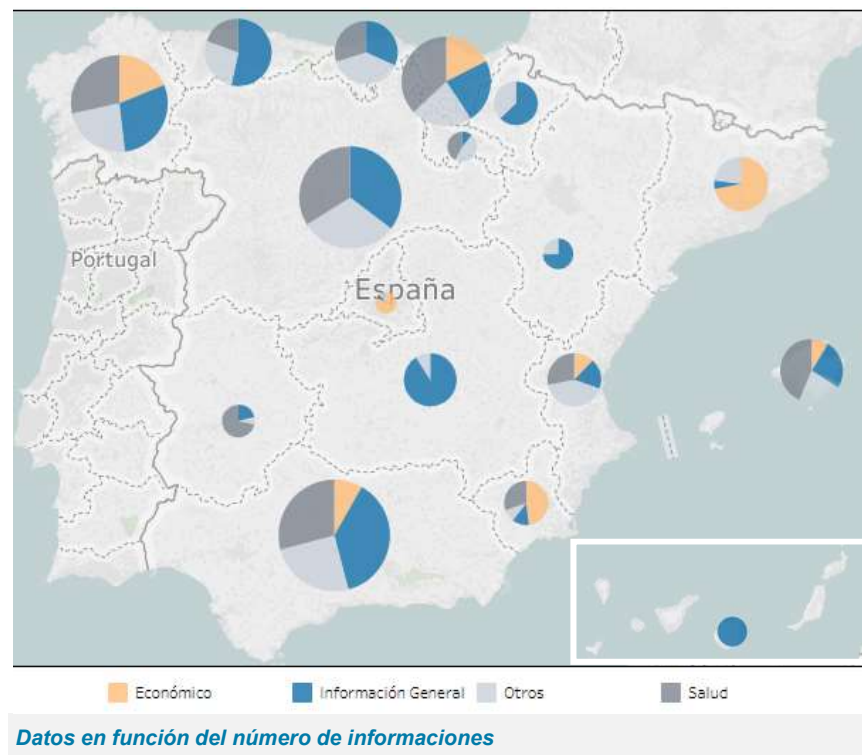


## ¿CÓMO SE DISTRIBUYE LA INFORMACIÓN POR ÁMBITO DE DIFUSIÓN?

Andalucía es la comunidad en la que mayor volumen de información se publica (17,%) y en la que se difunde el mayor volumen de soportes regionales auditados (16,7%).

Es en los medios de esta región los que aportan también el mayor porcentaje de valoración económica estimada (15,5%).

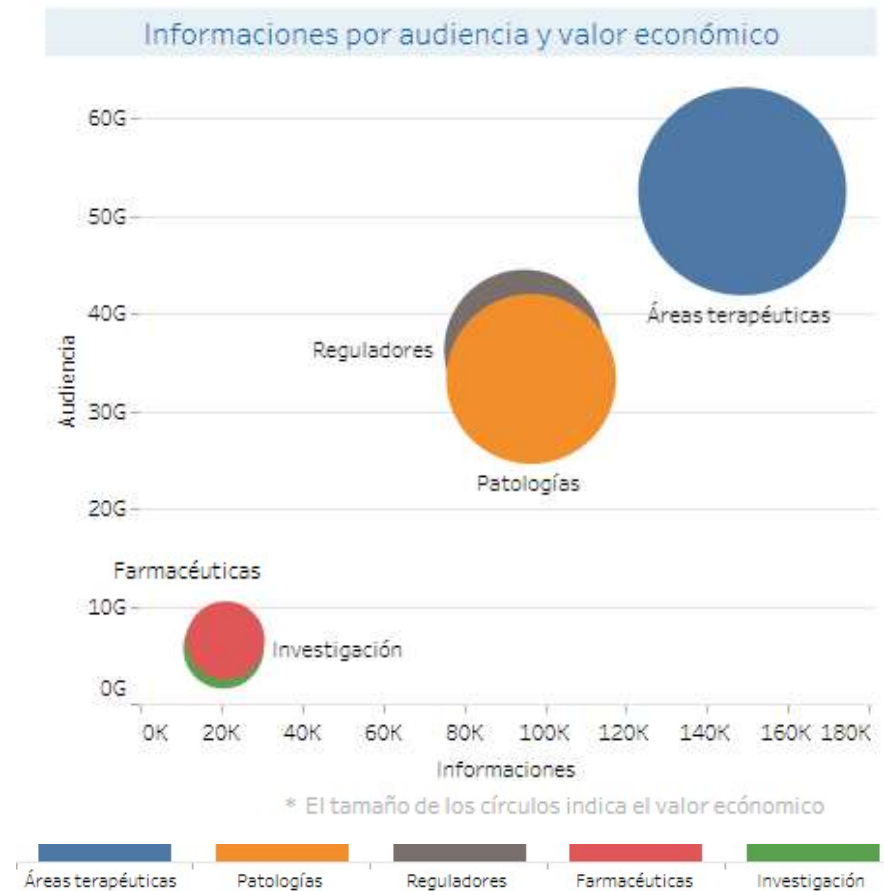
En cambio, el mayor impacto potencial en audiencia regional se produce en Galicia (25,6%)



## ¿SOBRE QUÉ TEMÁTICAS VERSA LA ACTUALIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO Y DE SALUD?

Las menciones sobre áreas terapéuticas son las que ocupan el mayor espacio en la actualidad del sector. Están presentes en el 51% de las informaciones del sector.

Las empresas farmacéuticas tienen una gran oportunidad de conseguir mayor presencia mediática. Están presentes en el 7% de las informaciones del sector.



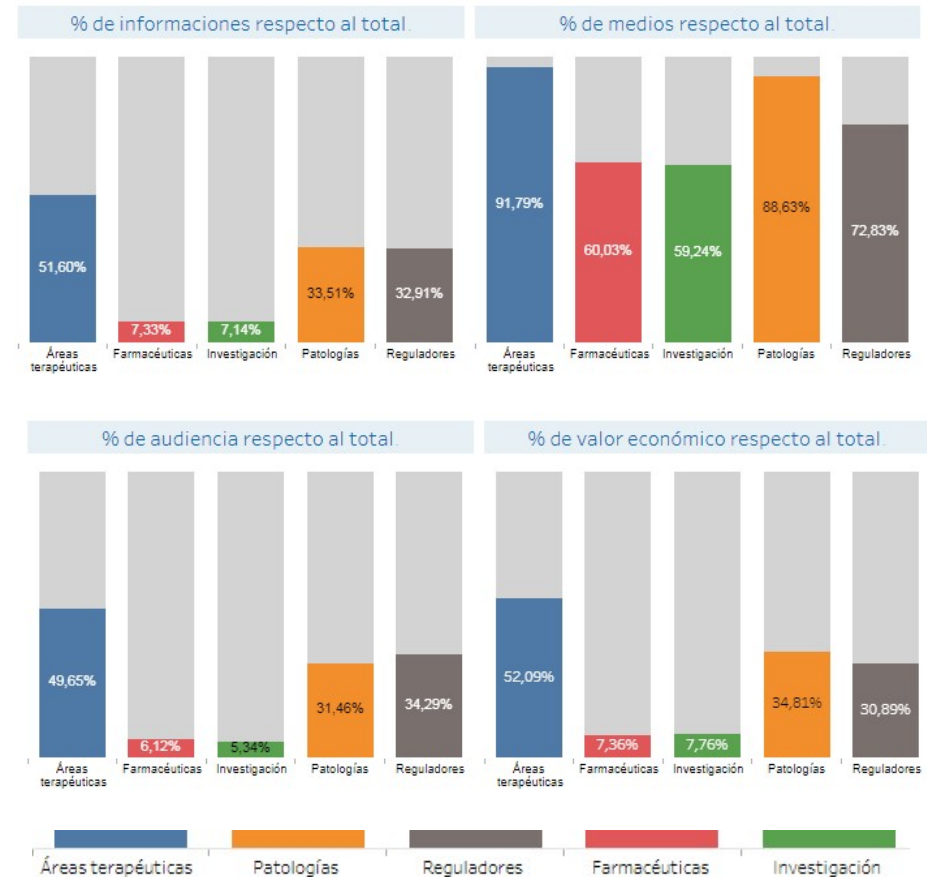
## ¿SOBRE QUÉ TEMÁTICAS VERSA LA ACTUALIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO Y DE SALUD?

Las menciones sobre áreas terapéuticas son las que ocupan el mayor espacio en la actualidad del sector. Están presentes en el 51% de las informaciones del sector.

La información sobre áreas terapéuticas está presente en el 92% de los medios auditados.

El 88% de los medios publicó informaciones sobre alguna de las patologías objeto de estudios.

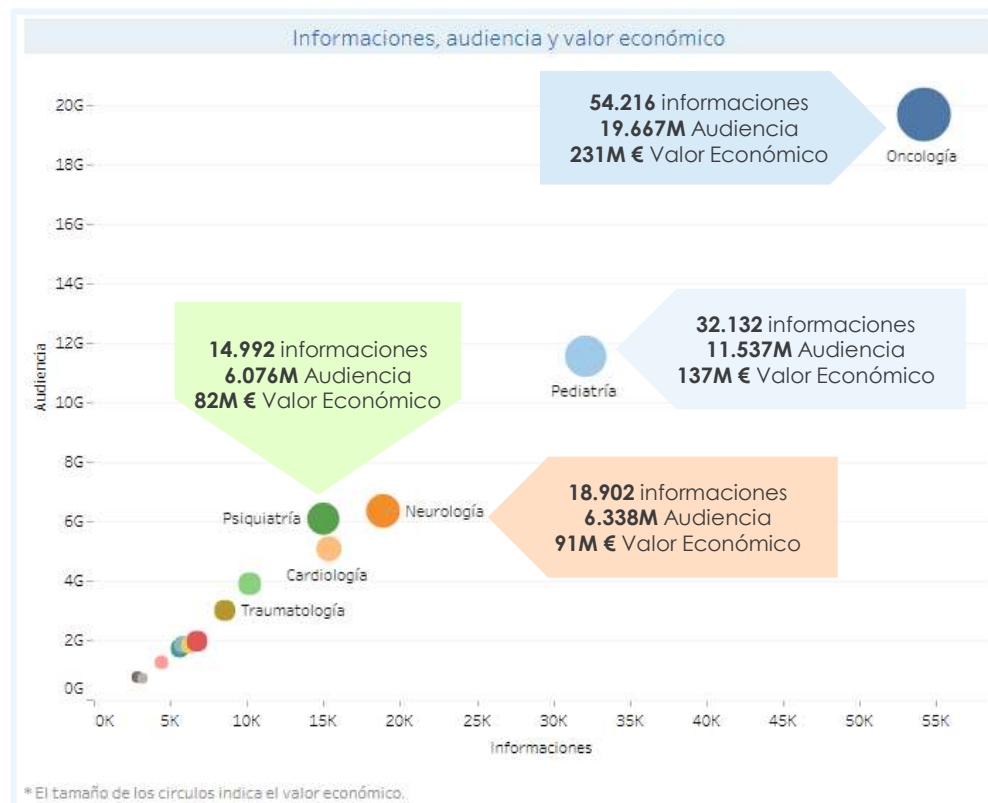
Las menciones sobre áreas terapéuticas son las que obtienen el mayor retorno económico (50%) e impacto potencial en audiencia (52%).



## ¿CUÁLES SON LAS ÁREAS TERAPÉUTICAS CON MAYOR PRESENCIA EN LOS MEDIOS?

Oncología lidera en todas las variables analizadas. Las informaciones sobre este área terapéutica suponen alrededor del 30% de SoV y SoA de esta área temática.

Destaca la relevancia mediática de Pediatría (32.132 informaciones), que se sitúa en segundo lugar. En el polo apuesto encontramos Geriatria (2.850 informaciones) que presenta poca visibilidad mediática.

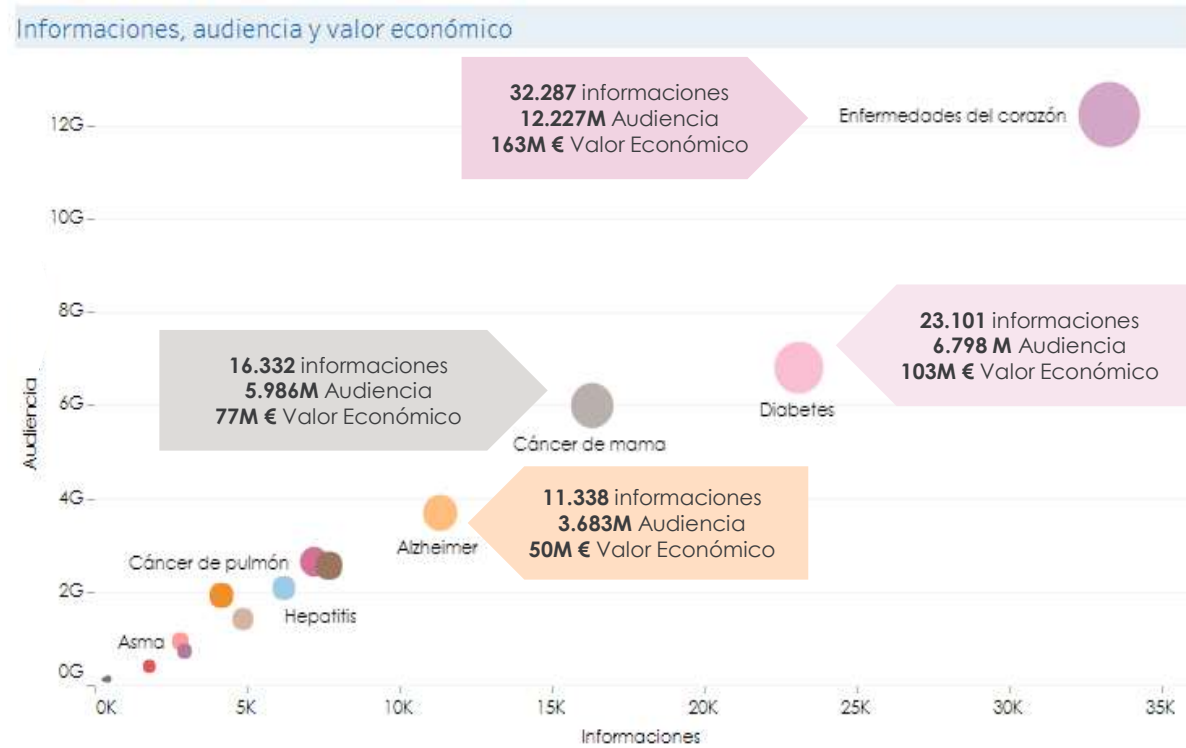


## ¿CUÁLES SON LAS PATOLOGÍAS CON MAYOR PRESENCIA EN LOS MEDIOS?

Enfermedades del corazón y Diabetes ocupan casi el 50% de SoV y SoA del área temática patologías.

Pese a que oncología es el área terapéutica con mayor repercusión, la primera patología relacionada no aparece hasta la tercera posición. El Cáncer de Mama se sitúa en primer lugar.

Con Alzheimer ocurre justo lo contrario, se sitúa en cuarto lugar por impacto mediático cuando el área terapéutica asociada estaba en último lugar.



\* El tamaño de los círculos indica el valor económico.

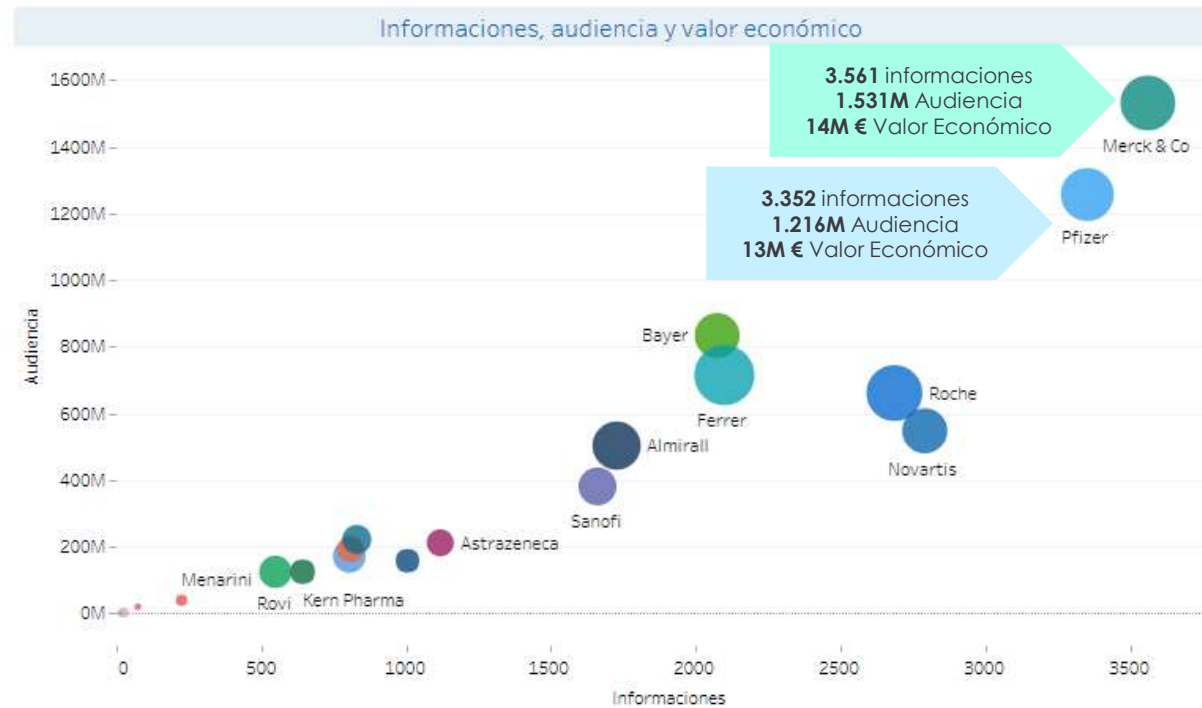


## ¿CUÁLES SON LAS EMPRESAS FARMACÉUTICAS CON MAYOR PRESENCIA EN LOS MEDIOS?

Merck & Co y Pfizer son las compañías con mayor volumen de información y más impactos potenciales en audiencia.

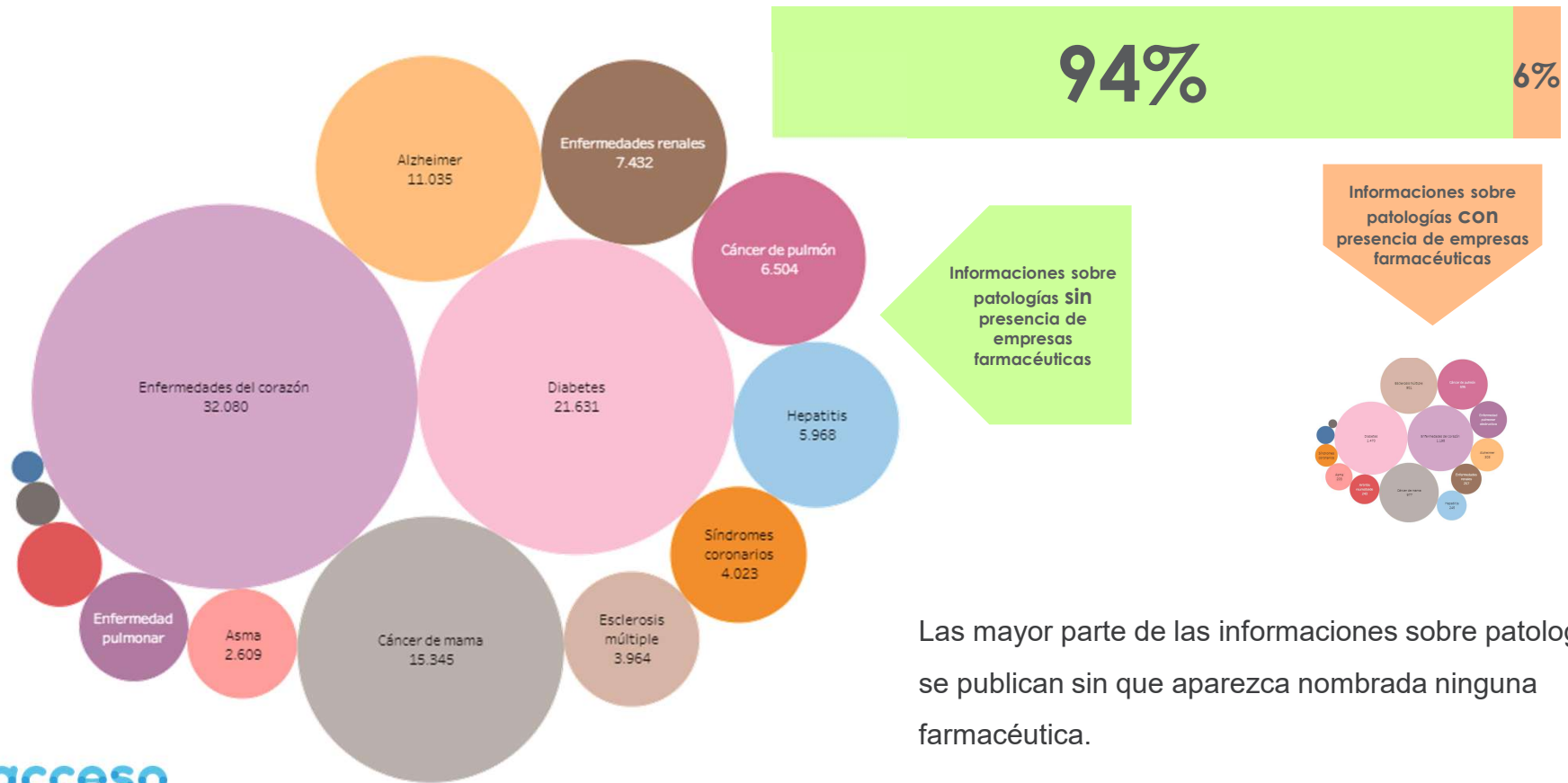
Roche y Novartis aparecen descartadas en número de informaciones, pero se sitúan por debajo de Bayer y Ferrer, que con menor presencia, obtienen un impacto en audiencia mayor.

Destaca el valor económico obtenido por Ferrer.



\* El tamaño de los círculos indica el valor económico.

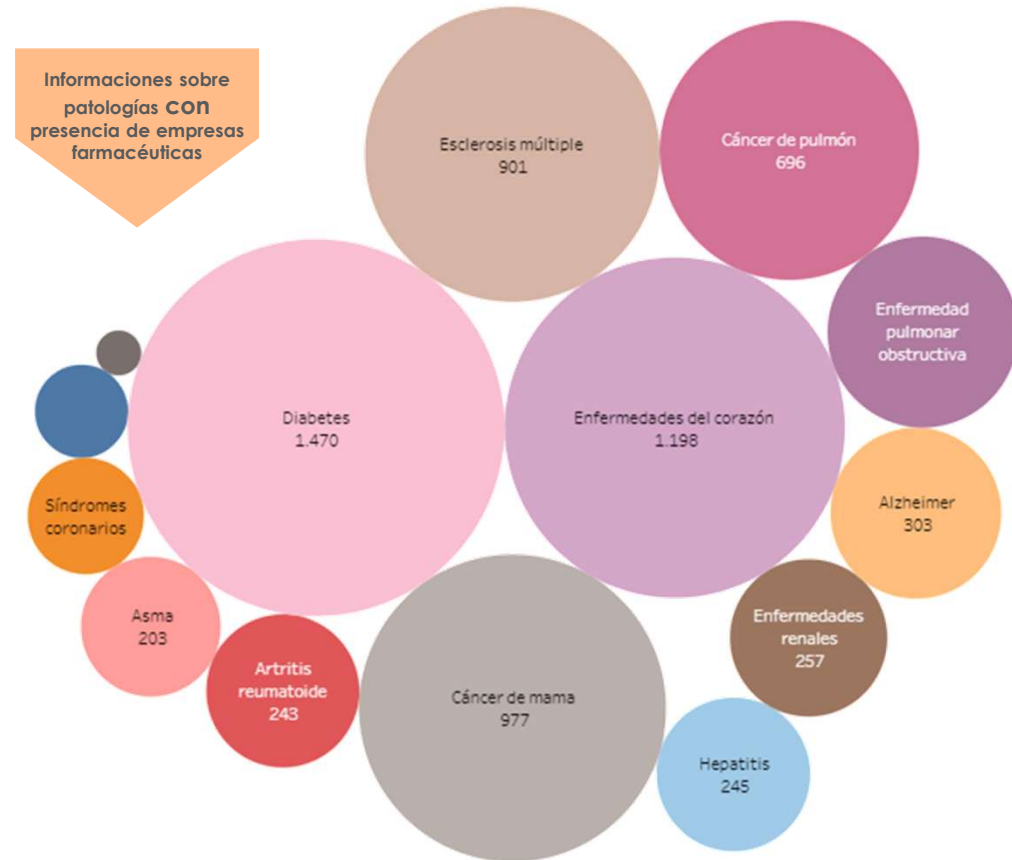
## ¿QUÉ ASOCIACIÓN SE DA ENTRE PATOLOGÍAS Y EMPRESAS FARMACÉUTICAS?



Las mayor parte de las informaciones sobre patologías se publican sin que aparezca nombrada ninguna farmacéutica.

## ¿QUÉ ASOCIACIÓN SE DA ENTRE PATOLOGÍAS Y EMPRESAS FARMACÉUTICAS?

En el desglose patologías observamos algunos cambios en las posiciones de liderazgo por presencia si filtramos aquella publicaciones en las que aparece alguna farmacéutica. Diabetes, Esclerosis Múltiple y Enfermedad Pulmonar Obstructiva ocupan puestos más altos mientras Alzheimer, Enfermedades Renales o Hepatitis bajan en el ranking.



## ¿QUÉ EMPRESAS FARMACÉUTICAS ESTÁN PRESENTES EN LAS INFORMACIONES SOBRE PATOLOGÍAS?

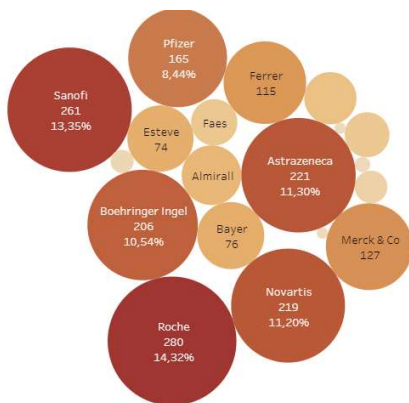
En la asociación de patologías y farmacéuticas, observamos diferentes tipos de comportamiento:

Hay patologías en las que no hay ninguna farmacéutica destacada.

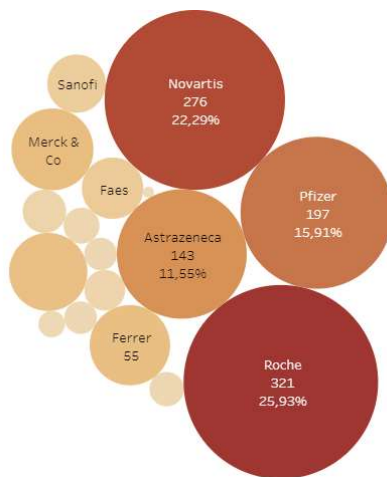
Hay patologías que comparten presencia con dos farmacéuticas de forma equilibrada.

Algunas enfermedades aparecen relacionadas principalmente con alguna empresa.

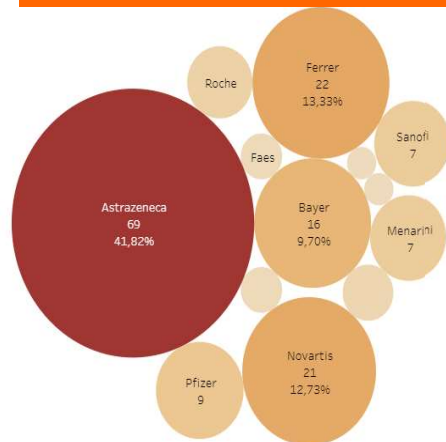
### Diabetes



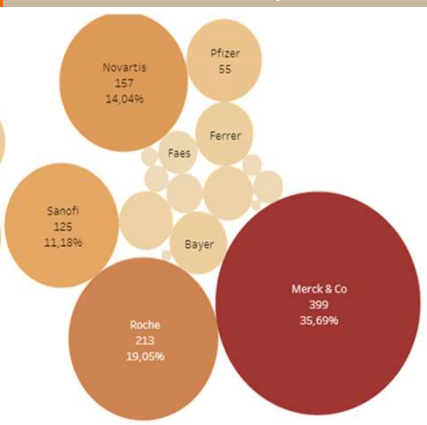
### Cáncer de Pulmón



### Síndromes Coronarios



### Esclerosis Múltiple



## ¿QUÉ PATOLOGÍAS APARECEN DE FORMA DESTACADA EN LAS INFORMACIONES DE LAS EMPRESAS FARMACÉUTICAS EN LAS QUE SE MENCIONA ALGUNA DE LAS ENFERMEDADES DEL ESTUDIO?

Si hacemos el análisis desde la perspectiva de las farmacéuticas observamos cuatro tipos de comportamiento:

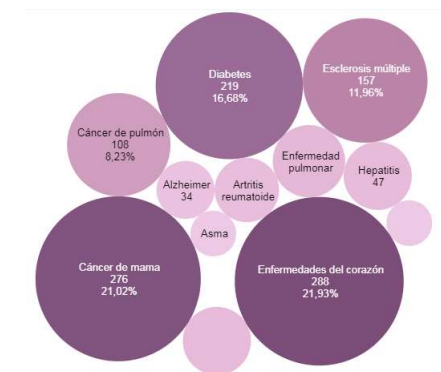
Menciones en informaciones sobre patologías con varias destacadas.

Menciones en informaciones sobre patologías con un par destacadas.

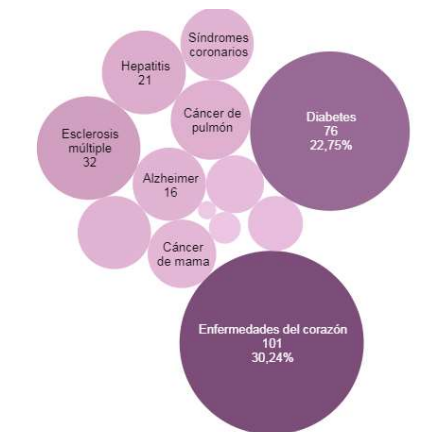
Menciones en informaciones sobre patologías con una destacada.

Menciones en pocas informaciones sobre patologías

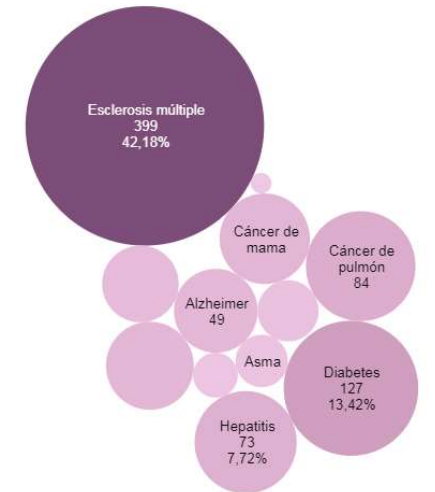
### Novartis



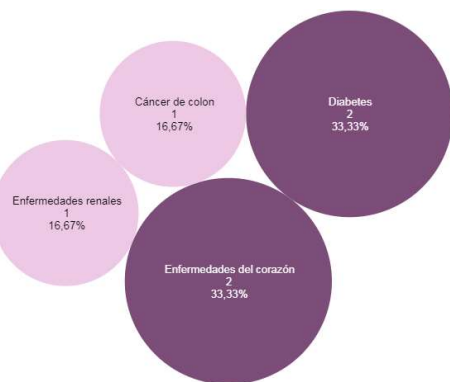
### Bayer



### Merck & Co



### Italfarmaco



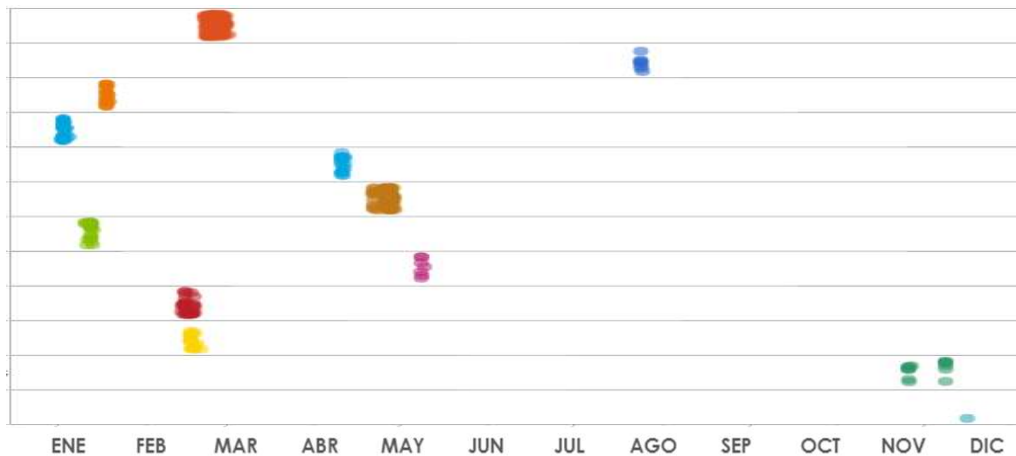
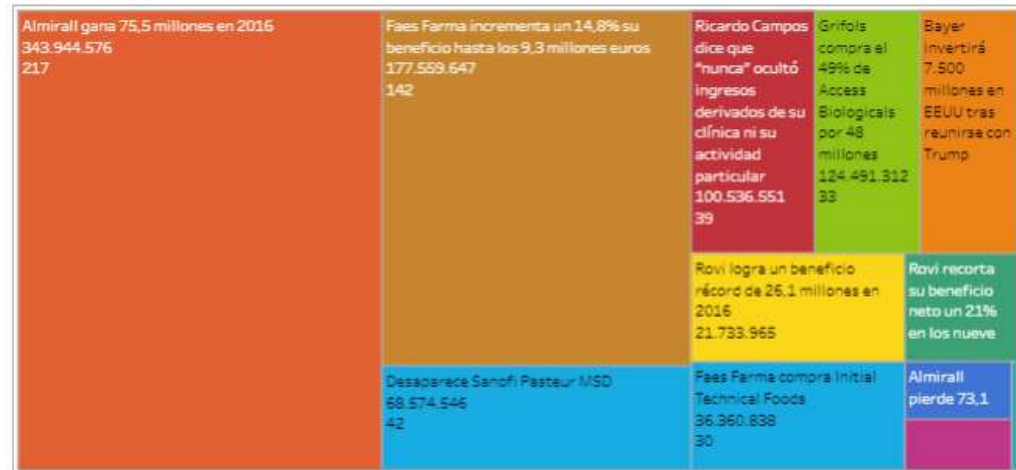
## ¿CUÁLES HAN SIDO LAS HISTORIAS RELACIONADAS CON EMPRESAS CON MAYOR REPERCUSIÓN EN 2017?

Las informaciones relacionadas con empresas se publican en medios de información general y económica y hacen referencia a resultados y movimientos corporativos. El impacto es puntual, muy localizado en un breve espacio en el tiempo.

### Principales noticias del sector en torno a la agrupación semántica EMPRESAS

(agrupaciones de más de 30 informaciones)

Almirall gana 75,5 millones en 2016
Almirall pierde 73,1 millones hasta junio
Bayer invertirá 7.500 millones en EEUU tras reunirse con Trump
Desaparece Sanofi Pasteur MSD
Faes Farma compra Initial Technical Foods
Faes Farma incrementa un 14,8% su beneficio hasta los 9,3 millones euros
Grifols compra el 49% de Access Biologicals por 48 millones
Nikon presenta unas pérdidas anuales de 57,3 millones
Ricardo Campos dice que "nunca" ocultó ingresos derivados de su
Rovi logra un beneficio récord de 26,1 millones en 2016
Rovi recorta su beneficio neto un 21% en los nueve primeros meses
Sanidad aumenta un 74% las inversiones, para ampliar red de centros



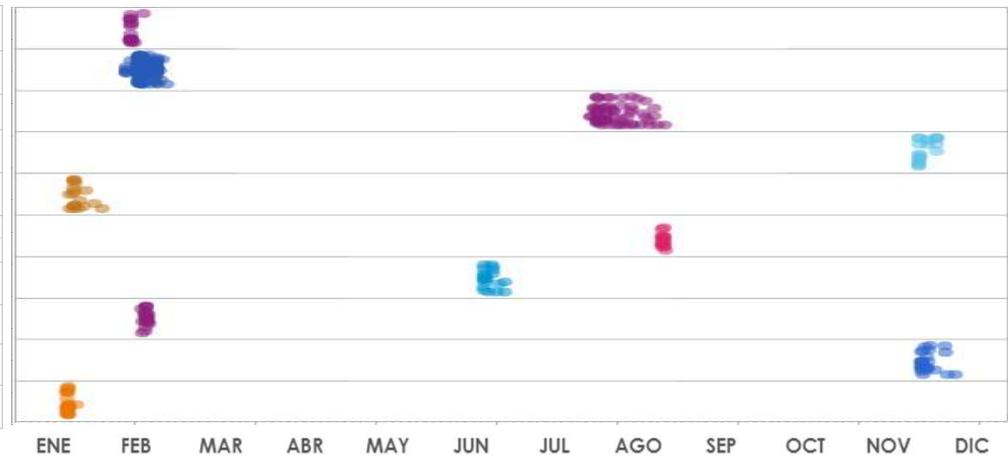
## ¿CUÁLES HAN SIDO LAS HISTORIAS RELACIONADAS CON INVESTIGACIÓN CON MAYOR REPERCUSIÓN EN 2017?

Las principales noticias sobre investigación se centran en avances sobre la detección precoz de enfermedades, las técnicas para ralentizar la expansión de otras, y el descubrimiento de nuevos factores de influencia en algunas patologías.

**Principales noticias del sector en torno a la agrupación semántica INVESTIGACIÓN**  
(agrupaciones de más de 20 informaciones)



Científicos españoles desarrollan un biosensor para detectar tumores antes de su desarrollo
Dos hermanos protagonizan primer trasplante renal de donante vivo con incompatibilidad
El glaucoma precisa detección precoz con biomarcadores
Evidencian trastornos mentales en la población tras una inundación grave
Identifican genes de linfomas de células T
Identifican los nichos metastásicos para atacar la expansión del cáncer
Identifican una molécula asociada a mayores índices de obesidad y diabetes
Investigadores vinculan efecto del estrés en el cerebro con ataques cardíacos
La neuroimagen puede predecir el Alzheimer
Una nueva vía para combatir el cáncer de próstata avanzado



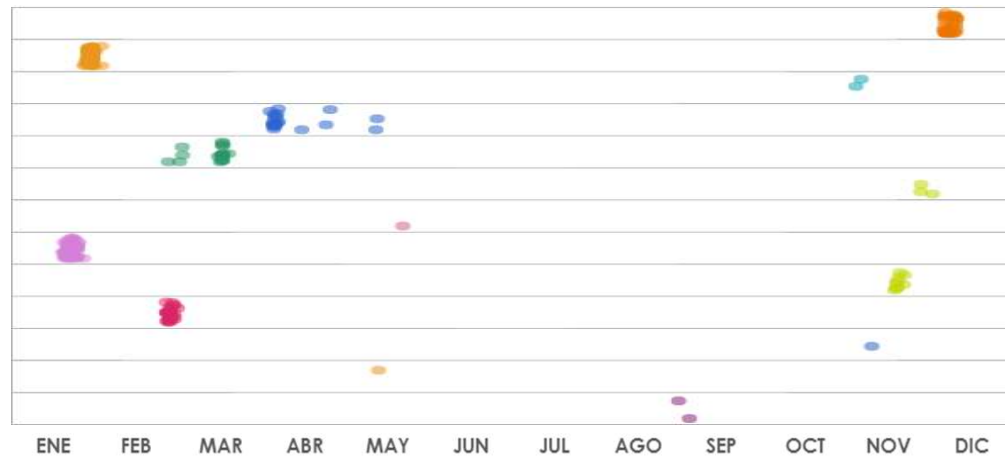
## ¿CUÁLES HAN SIDO LAS HISTORIAS RELACIONADAS CON DIVULGACIÓN CON MAYOR REPERCUSIÓN EN 2017?

Localizamos temas que, en general, tratan sobre el impacto en la salud de elementos cotidianos con la contaminación o el aceite de palma. También son relevantes las publicaciones que explican como convivir o tratar con ciertas patologías.

### Principales noticias del sector en torno a la agrupación semántica **DIVULGACIÓN**

(agrupaciones de más de 80 informaciones)

5Buenos hábitos, menos casos
Coca-Cola prevé reducir un 12% el azúcar
Día del Asma
Diabetes tipo 1?
El aceite de palma
Empar Lurbe, nueva vicepresidenta de la Sociedad Europea de Hipertensión
EPOC: La enfermedad que roba el aire
La OCU celebra que Sanidad vaya a reducir un 10% el azúcar añadido
Las personas con obesidad consumen un 20% más de recursos sanitarios
Los médicos proponen prohir fumar en coches con niños y embarazadas
Niño con VIH busca familia
Parkinson, ¿cómo afrontarlo?
Superar los límites de contaminación causa 250 muertes anuales en BCN.





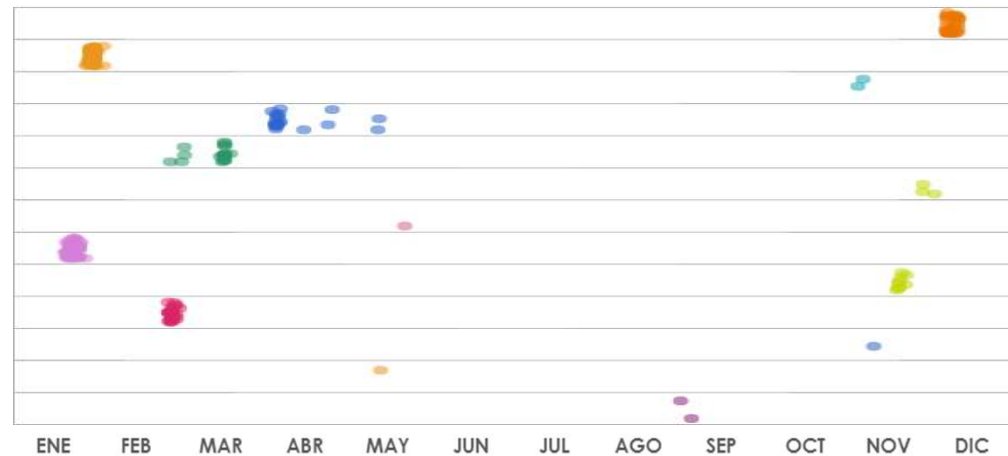
## ¿CUÁLES HAN SIDO LAS HISTORIAS RELACIONADAS CON MEDICAMENTOS CON MAYOR REPERCUSIÓN EN 2017?

Destacan las noticias sobre medicamentos que actúan contra las enfermedades reduciendo sus efectos secundarios y los que lo hacen desde la prevención (vacunas). También estuvieron presentes las que hacen referencia a retiradas de medicamentos.

### Principales noticias del sector en torno a la agrupación semántica **MEDICAMENTOS**

(agrupaciones de más de 25 informaciones)

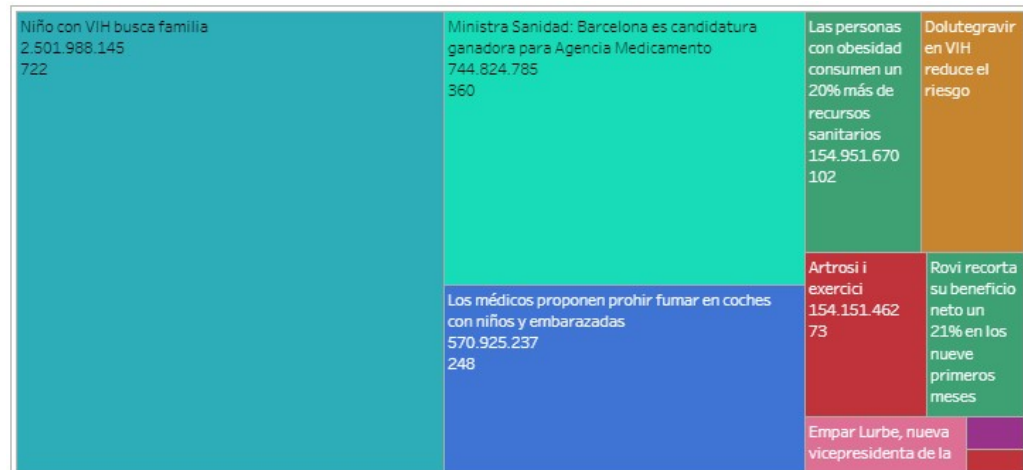
Barcelona tendrá un centro especializado en la píldora preventiva del VIH
Demuestran la eficacia de un fármaco inmunoterápico en cáncer de hígado
Disponible en España Darzalex, tratamiento para mieloma múltiple
El tratamiento antibiótico de la neumonía puede reducirse a cinco días
Inmunoterapia aumentará supervivencia hasta 50% cáncer mortal
La vacuna contra la meningitis B vuelve a las farmacias
Sanidad refira un medicamento en hospital Barcelona tiene partículas vidrio
Sanidad retira varios lotes de Aspirina C efervescente
Un fármaco antiguo reduce las secuelas del infarto
Un fármaco en cuatro dosis controla la esquizofrenia
Un medicamento genético hace efectiva la vacuna del cáncer
Un test genómico evita la quimioterapia al 40% mujeres con cáncer mama HER2



## ¿CUÁLES HAN SIDO LAS HISTORIAS RELACIONADAS CON POLÍTICAS SANITARIAS CON MAYOR REPERCUSIÓN EN 2017?

Cobraron especial relevancia las que piden cambios en la regulación sobre hábitos de consumo del tabaco, o el azúcar y sobre políticas sociales, como la regulación de adopciones de niños con VIH.

Principales noticias del sector en torno a la agrupación semántica **POLÍTICAS SANITARIAS**  
(agrupaciones de más de 220 informaciones)



Artrosi i exercici
Dolutegravir en VIH reduce el riesgo cardiovascular
Empar Lurbe, nueva vicepresidenta de la Sociedad Europea de Hipertensión
Las personas con obesidad consumen un 20% más de recursos sanitarios
Los médicos proponen prohir fumar en coches con niños y embarazadas
Ministra Sanidad: Barcelona es candidatura ganadora para Agencia Medicamento
Niño con VIH busca familia
Precaución, que llega la gripe
Rovi recorta su beneficio neto un 21% en los nueve primeros meses



ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DIC

## GUÍA DE ANÁLISIS

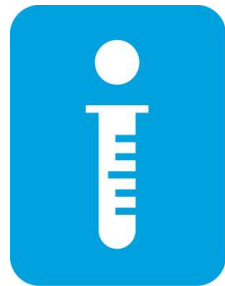
A continuación se detallan las temáticas objeto del estudio:

20 Farmacéuticas <sup>(1)</sup>	14 Patologías <sup>(2)</sup>	13 Áreas Terapéuticas <sup>(3)</sup>	Reguladores
<ul style="list-style-type: none"><li>• PFIZER</li><li>• SANOFI</li><li>• GLAXOSMITHKLIN</li><li>• NOVARTIS</li><li>• BOEHRINGER INGEL</li><li>• MERCK KGAA</li><li>• MERCK &amp; CO</li><li>• MENARINI</li><li>• ROCHE</li><li>• ESTEVE</li><li>• BAYER</li><li>• FERRER</li><li>• ASTRAZENECA</li><li>• ROVI</li><li>• ALMIRALL</li><li>• TEOFARMA</li><li>• MEDA</li><li>• ITALFARMACO</li><li>• KERN PHARMA</li><li>• FAES</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pediatría</li><li>• Psiquiatría</li><li>• Cardiología</li><li>• Traumatología</li><li>• Ginecología</li><li>• Geriatría</li><li>• Endocrinología –Nutrición</li><li>• Neurología</li><li>• Oftalmología</li><li>• Neumología</li><li>• Dermatología</li><li>• Reumatología</li><li>• Aparato Digestivo</li><li>• Oncología</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enfermedad pulmonar obstructiva</li><li>• Asma</li><li>• Fibrosis pulmonar idiopática</li><li>• Síndromes coronarios. Diabetes</li><li>• Cáncer de mama</li><li>• Cáncer de pulmón</li><li>• Cáncer de colon</li><li>• Enfermedades renales</li><li>• Artritis reumatoide</li><li>• Esclerosis múltiple</li><li>• Alzheimer</li><li>• Hepatitis</li><li>• Enfermedades del corazón</li></ul>	<p>Noticias sobre política relacionada con la sanidad, gestión y gasto sanitario, especialmente relacionadas con el sector farmacéutico. Incluye términos como: Agencia Europea del Medicamento, Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios "Organización Mundial de la Salud".</p>
			Investigación
			<p>Noticias sobre investigación en relación a cualquier área terapéutica, enfermedad o farmacéutica. Incluye términos como: "I+D", investigación, "ensayos clínicos", "ensayo clínico", innovación,...</p>

1) Ranking de corporaciones con más recetas vendidas en el mercado de España (2013 – TAM SEP 2016)

2) Ranking de patologías en las que se recetan más medicamentos.

3) Ranking de ventas en especialidades farmacéuticas a través de oficinas de farmacia por los principales grupos terapéuticos



# INFONÓMETRO

## SALUD 2018

Colaboración:



Investigación:

