

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de diciembre 2019

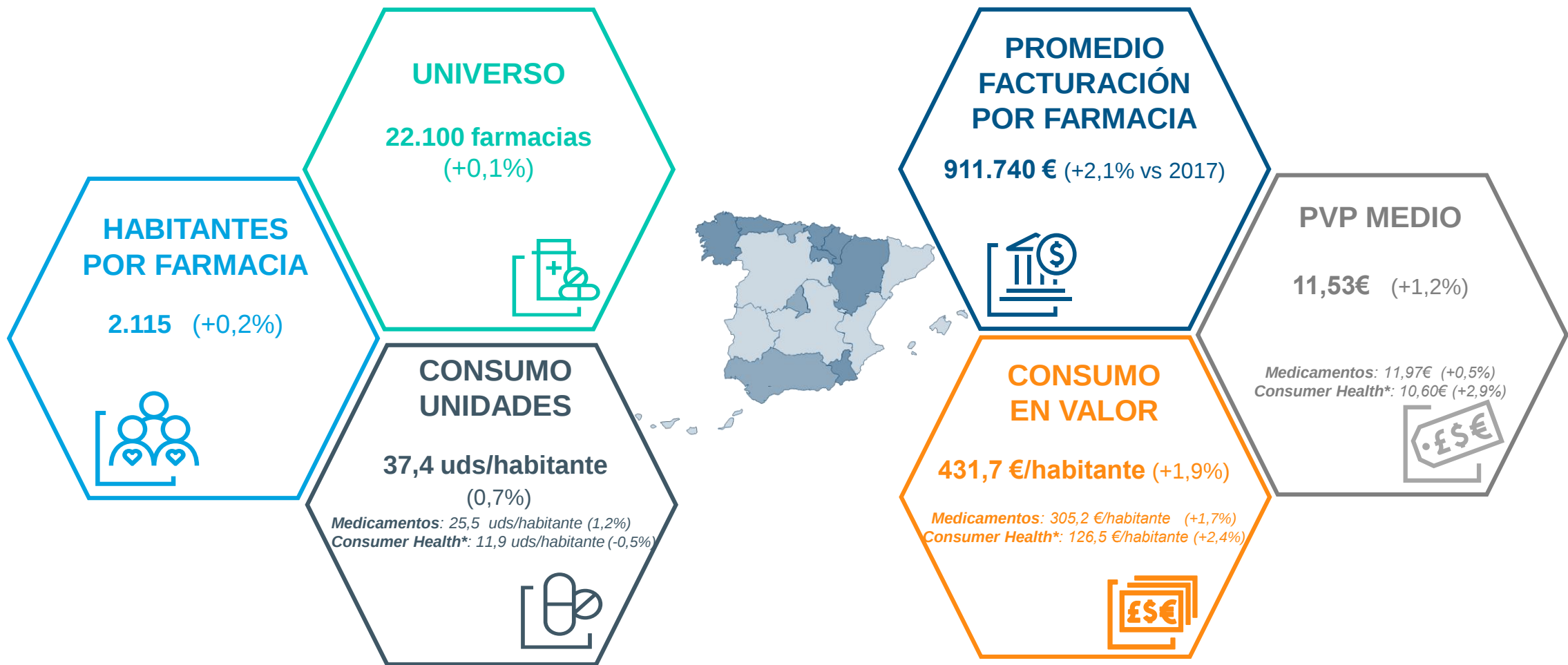
Enero 2020



Índice

- + **Indicadores clave de la farmacia española**
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
 - + El Mercado del frío

España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€

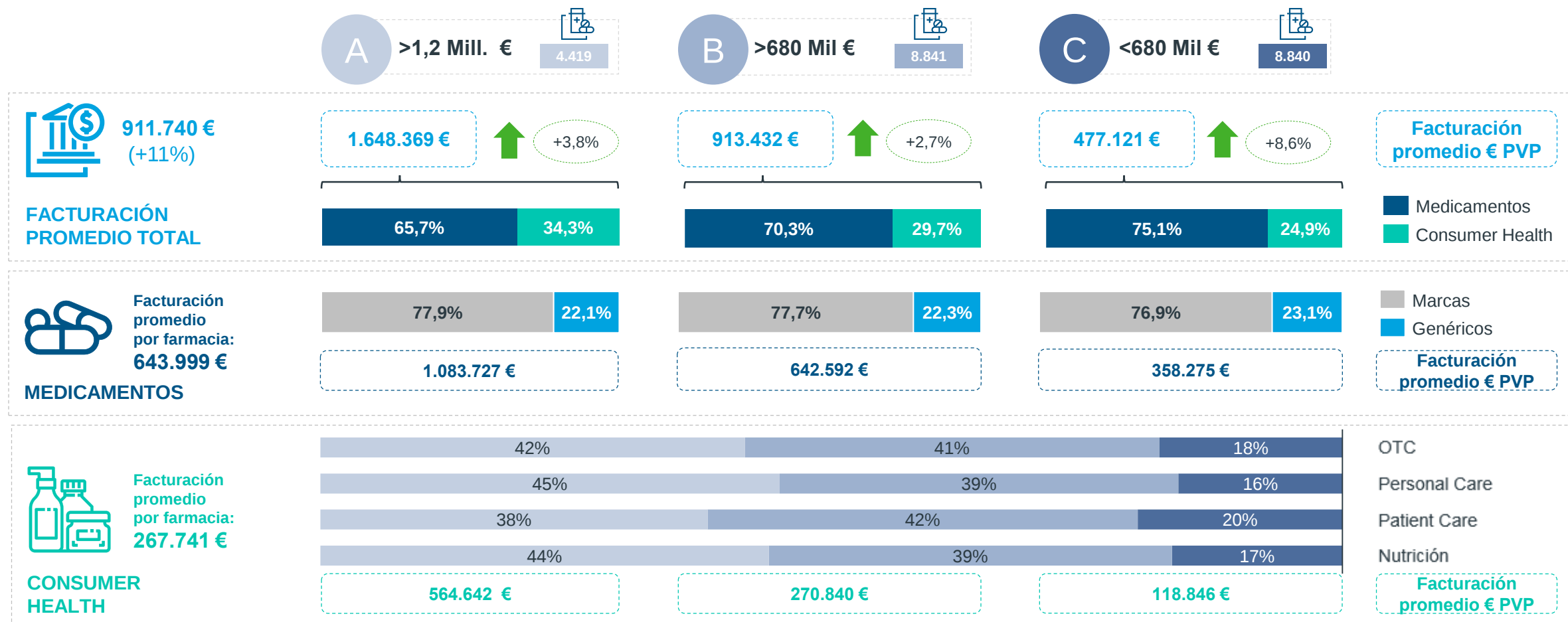


El consumo medio por habitante ha crecido más en valores que en unidades debido al aumento del precio medio

Crecimientos a cierre 2018 vs 2017
* Semiéticos y EFPs incluidos en el mercado de Consumer Health

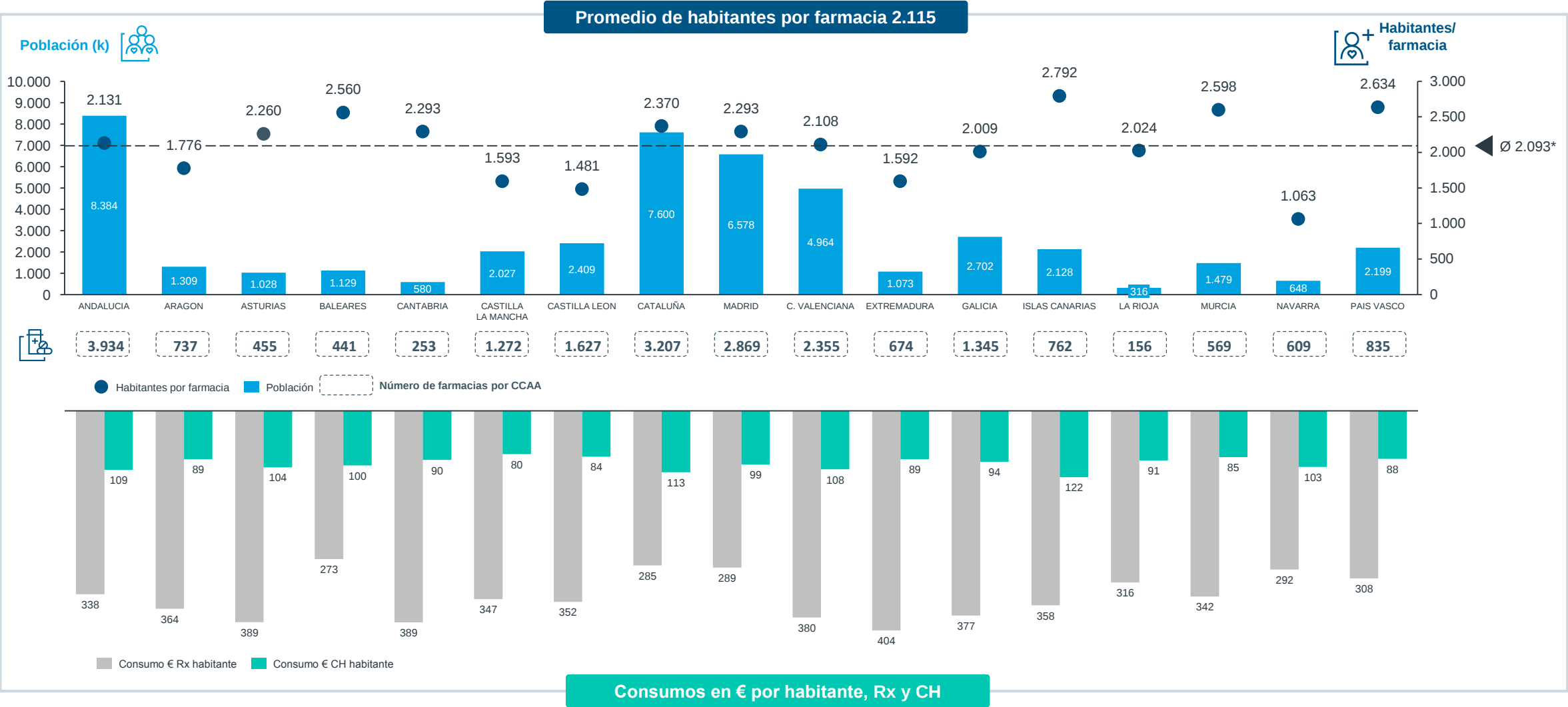
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

La facturación del mercado de medicamentos desciende en las farmacias de alto potencial y se mantiene en las de bajo potencial en la comparativa de los últimos 4 años



Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
*% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2018

Navarra es la CCAA con menos habitantes por farmacia (1.063) mientras que Canarias agrupa el mayor número de habitantes por farmacia (2.792)



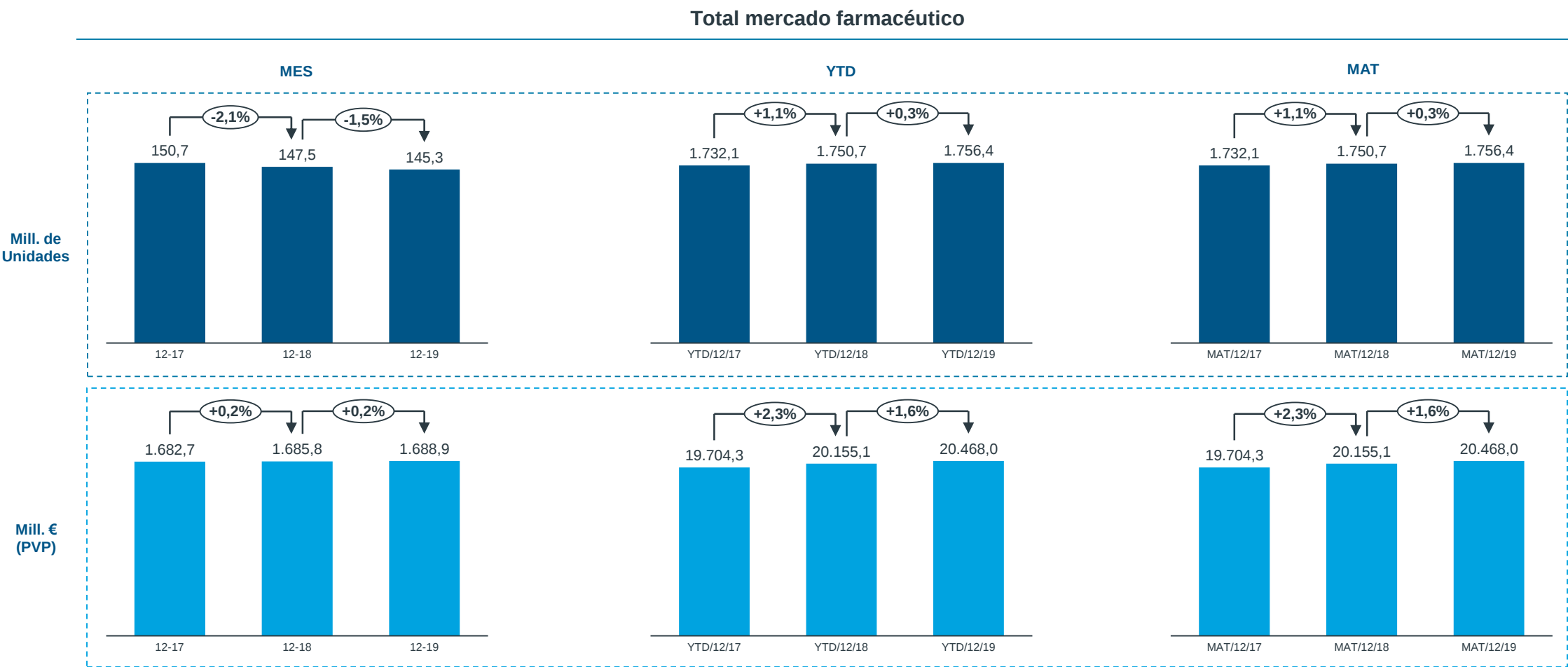
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
*El promedio no incluye Ceuta ni Melilla



Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + **Evolución del mercado farmacéutico**
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
 - + El Mercado del frío

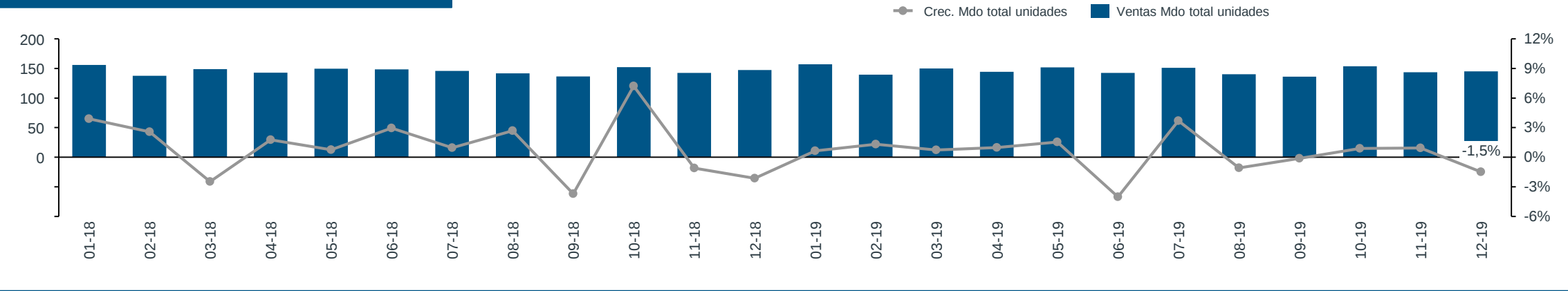
El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +1,6% en valores y del +0,3% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses



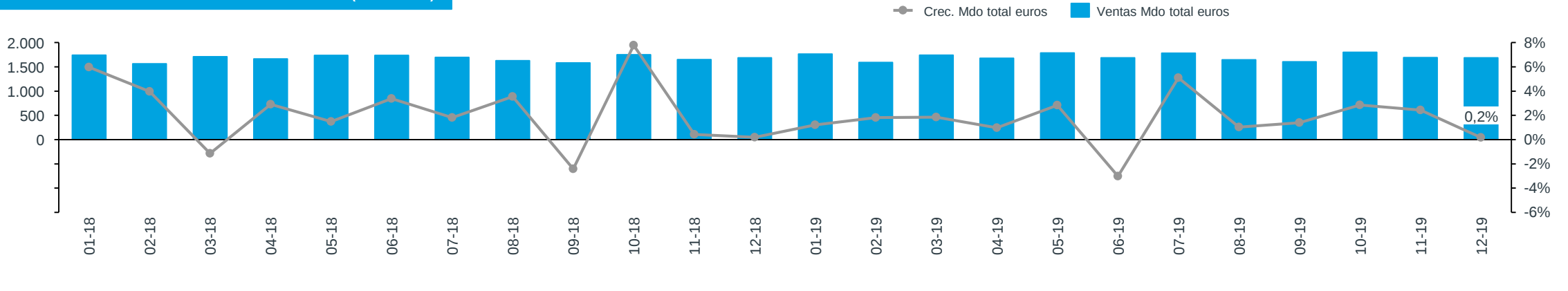
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

En diciembre, el mercado decrece en unidades (-1,5%) aunque crece levemente en valores con un (+0,2%) vs diciembre 2018

Evolución del mercado total en farmacia (M. Unid)



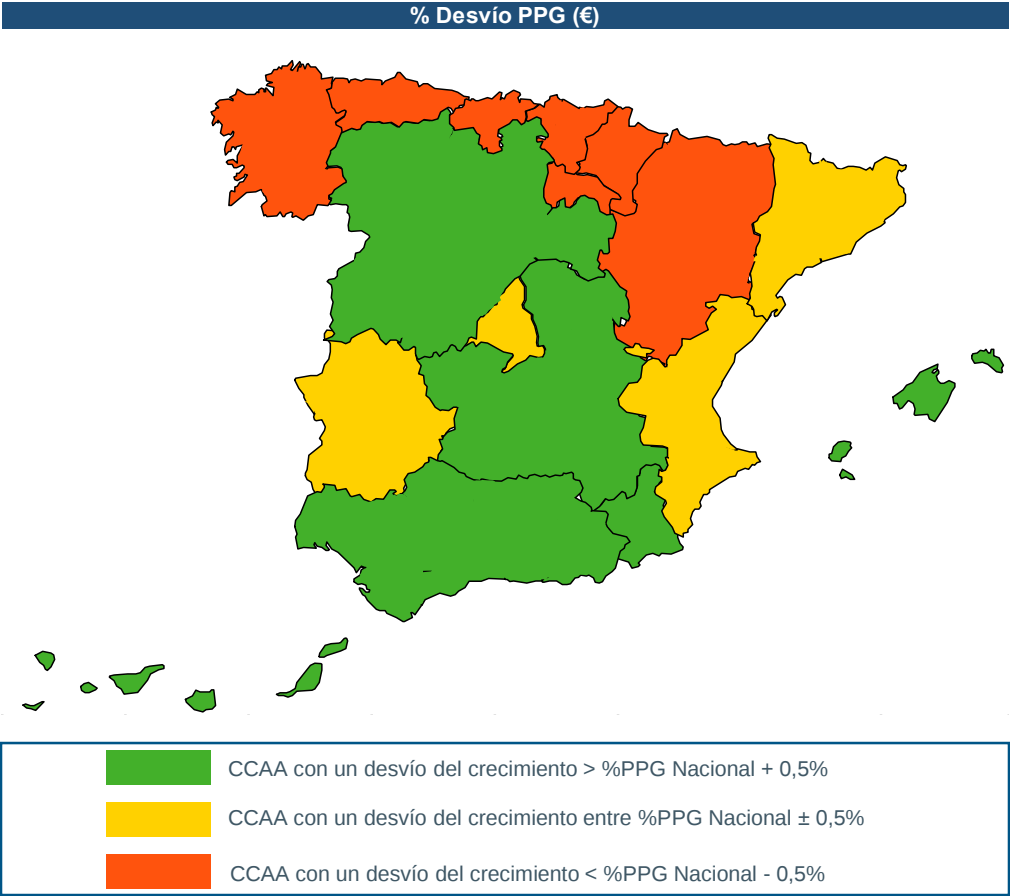
Evolución del mercado total en farmacia (M. € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

6 de las 17 Comunidades Autónomas tienen un crecimiento superior al crecimiento nacional

Islas Canarias es la CCAA con mayor crecimiento en el último MAT, siendo Andalucía la que más aporta al crecimiento



MAT/12/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportacion al Crecimiento (% , €)
ISLAS CANARIAS	3,1%	10,1%
BALEARES	3,0%	4,1%
CASTILLA LEON	2,5%	8,4%
MURCIA	2,3%	4,5%
ANDALUCIA	2,2%	26,5%
CASTILLA LA MANCHA	2,1%	5,8%
CATALUÑA	1,6%	15,9%
COMUNIDAD VALENCIANA	1,5%	11,3%
EXTREMADURA	1,5%	2,5%
MADRID	1,4%	11,1%
ARAGON	0,7%	1,3%
CANTABRIA	0,6%	0,5%
ASTURIAS	0,4%	0,7%
GALICIA	0,4%	1,7%
LA RIOJA	-0,8%	-0,3%
NAVARRA	-1,0%	-0,8%
PAIS VASCO	-1,1%	-3,1%
TOTAL NACIONAL	1,6%	100%

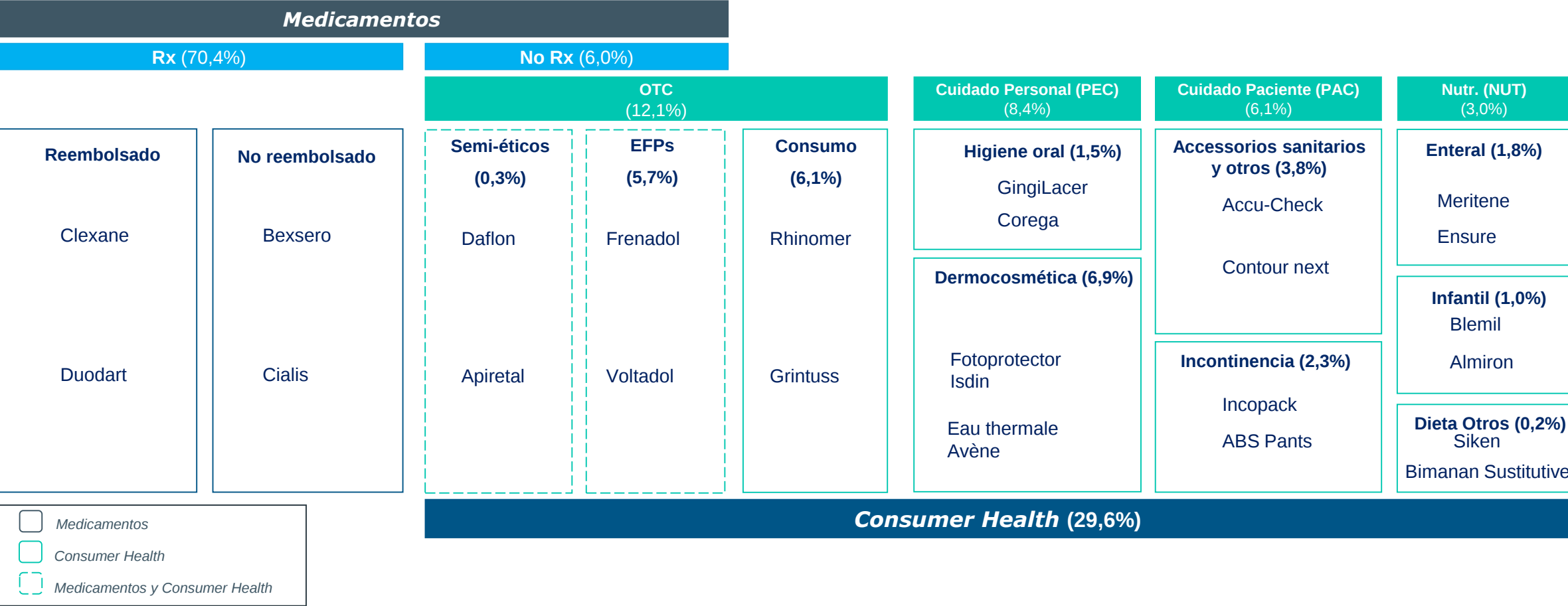


Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
 - + El Mercado del frío

El mercado farmacéutico español se compone de medicamentos y productos de Consumer Health

Hay un solape entre los dos segmentos: los semi-éticos y los medicamentos publicitarios se incluyen en ambos mercados en los respectivos análisis



Los % se refieren al peso en valor de cada segmento a MAT 09/2019 sobre el mercado farmacéutico total
Los productos hacen referencia a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 12/2019
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

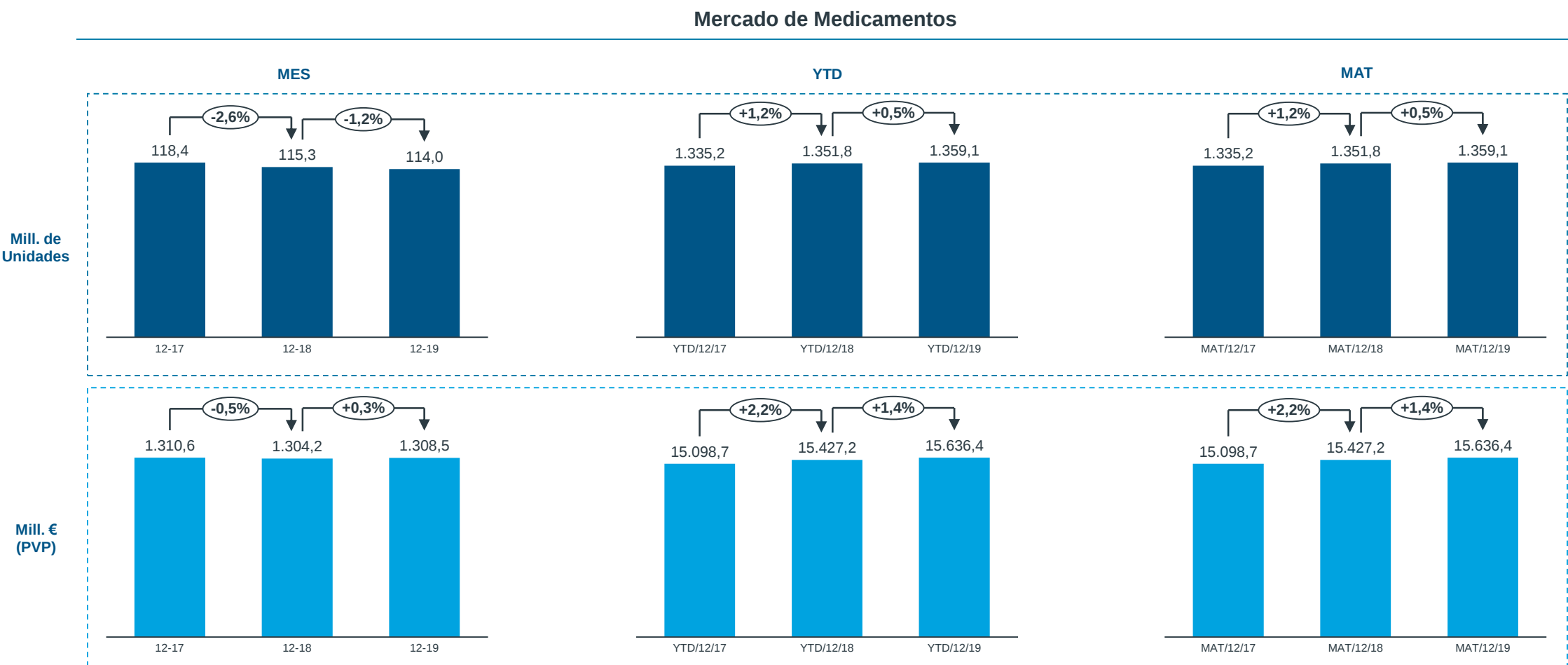


Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
 - + **Análisis del mercado de Medicamentos**
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
 - + El Mercado del frío

El mercado de medicamentos muestra una evolución positiva en el último mes, YTD y MAT en valores

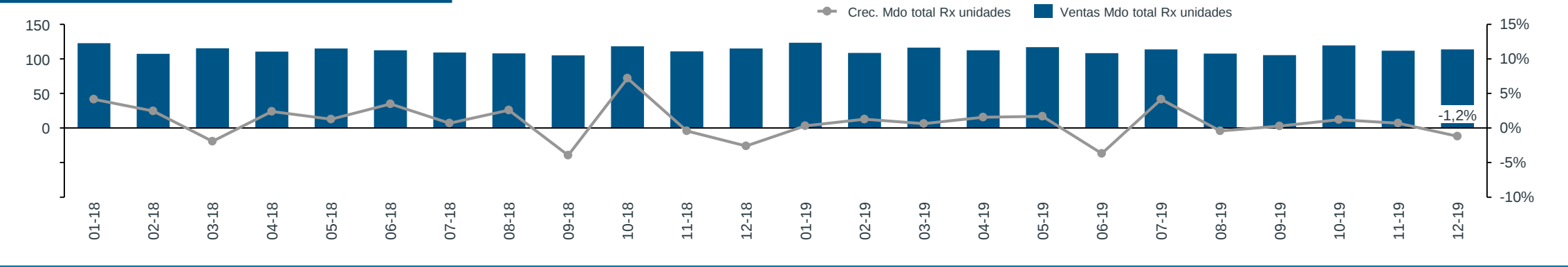
Los periodos acumulados muestran crecimientos más ralentizados que el año pasado



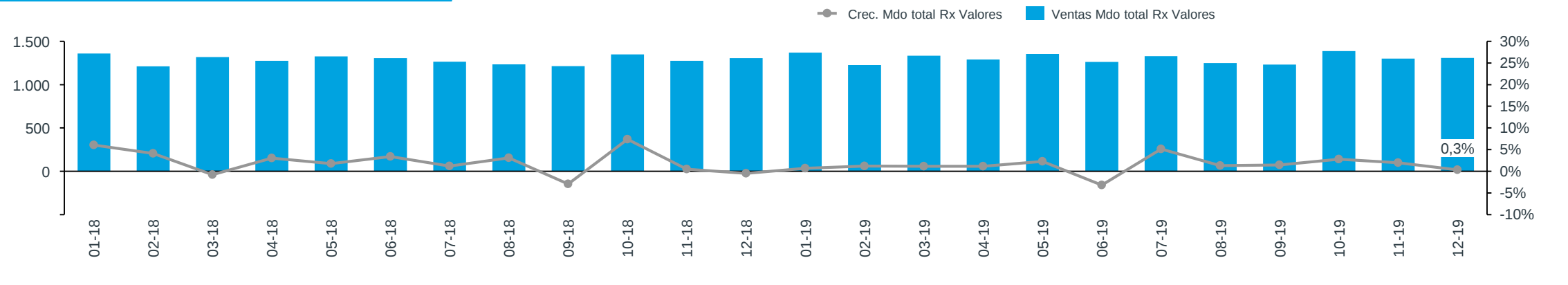
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

En el mes de diciembre el mercado crece en valores (+0,3%) aunque decrece en unidades (-1,2%) vs el mismo periodo del año anterior

Evolución de MEDICAMENTOS (M. Unid)



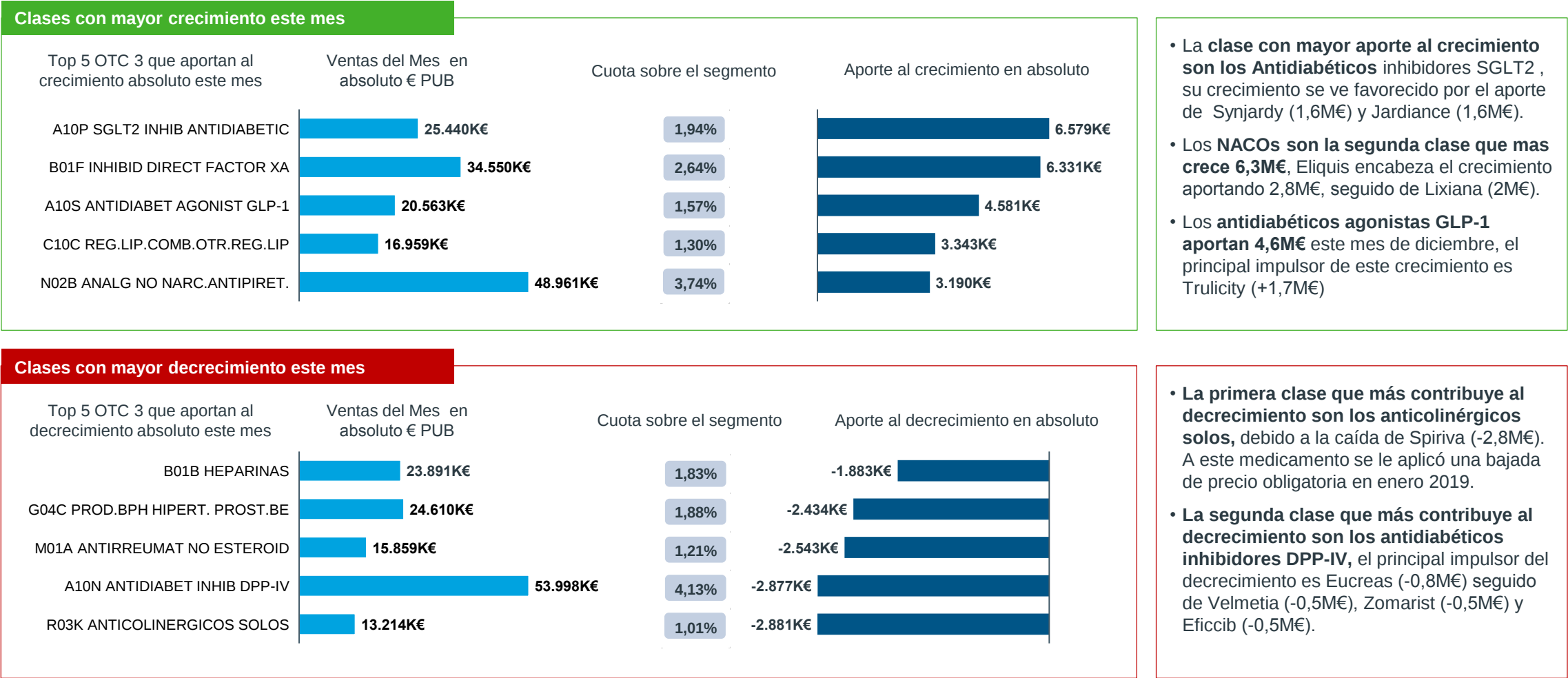
Evolución de MEDICAMENTOS (M € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

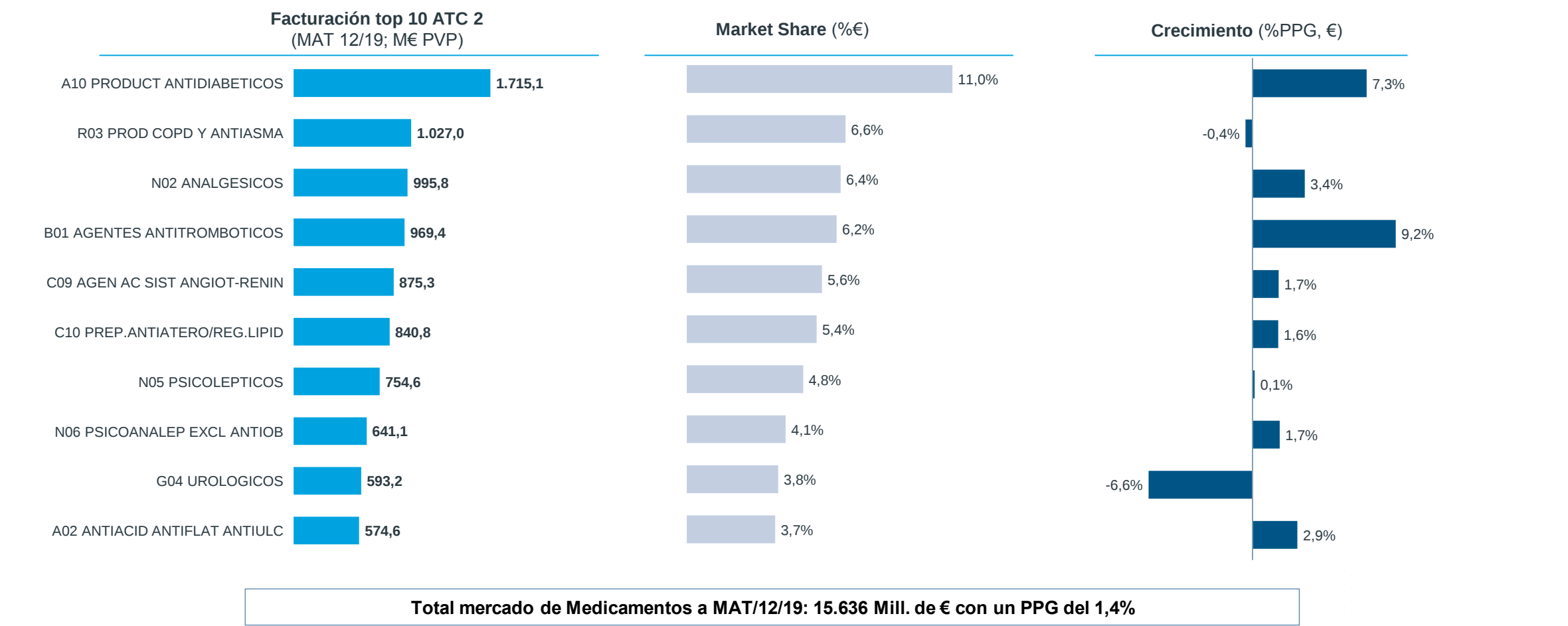
Los inhibidores antidiabéticos SGLT2 (clase A10P) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de diciembre, creciendo 6,6M€

La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la anticolinérgicos solos



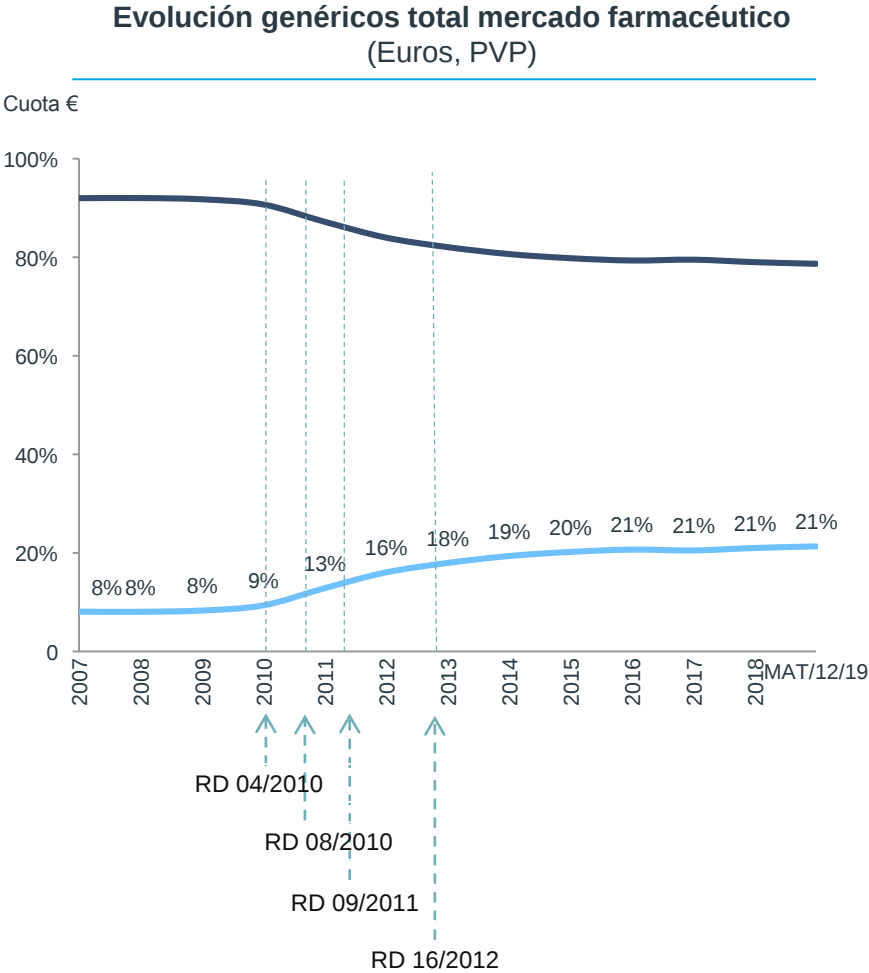
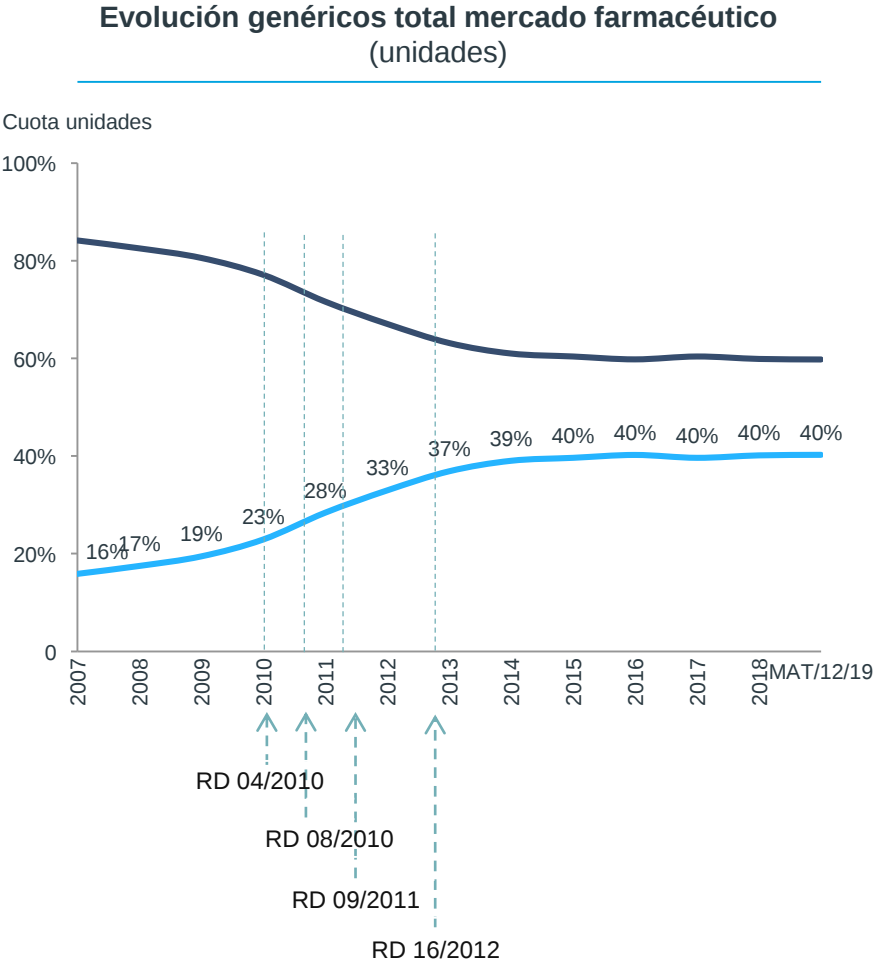
Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases con mayores crecimientos del mercado de medicamentos en el acumulado

Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase de Antihistamínicos (R06) (10%) y la de Vitaminas (A11) (9,9%)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje baja hasta el 21% en valores



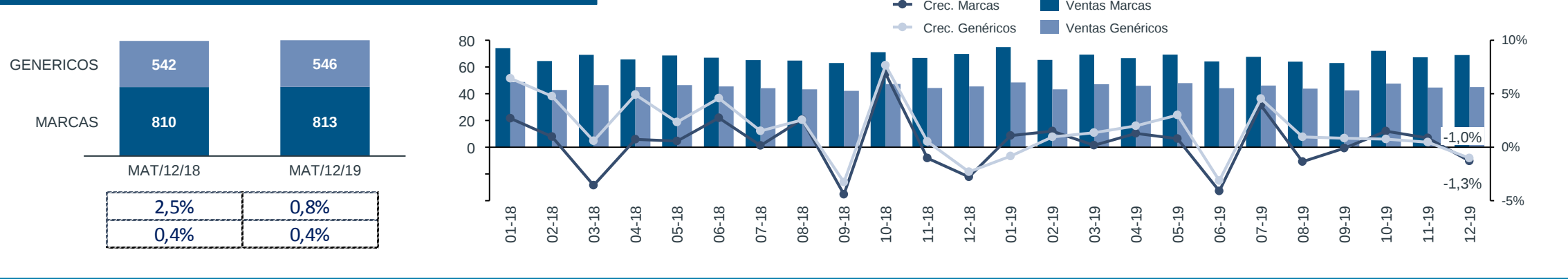
— Marcas
— Genéricos

Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

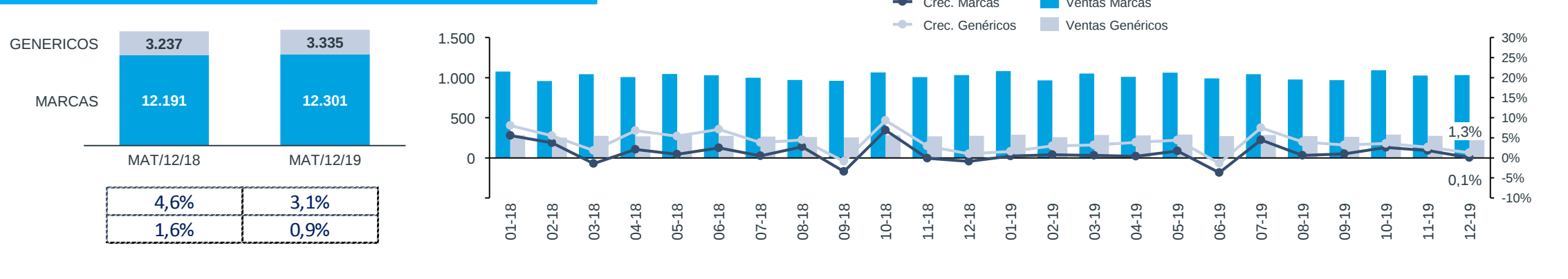
En el acumulado de los últimos 12 meses, los genéricos muestran crecimientos por encima de las marcas tanto en unidades como en valores

En el último mes (diciembre 2019), los genéricos crecen por encima de las marcas en valores siguiendo la tendencia de 2018 y 2019, aunque su crecimiento se ralentiza para unidades

Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. Unid)



Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. € PVP)

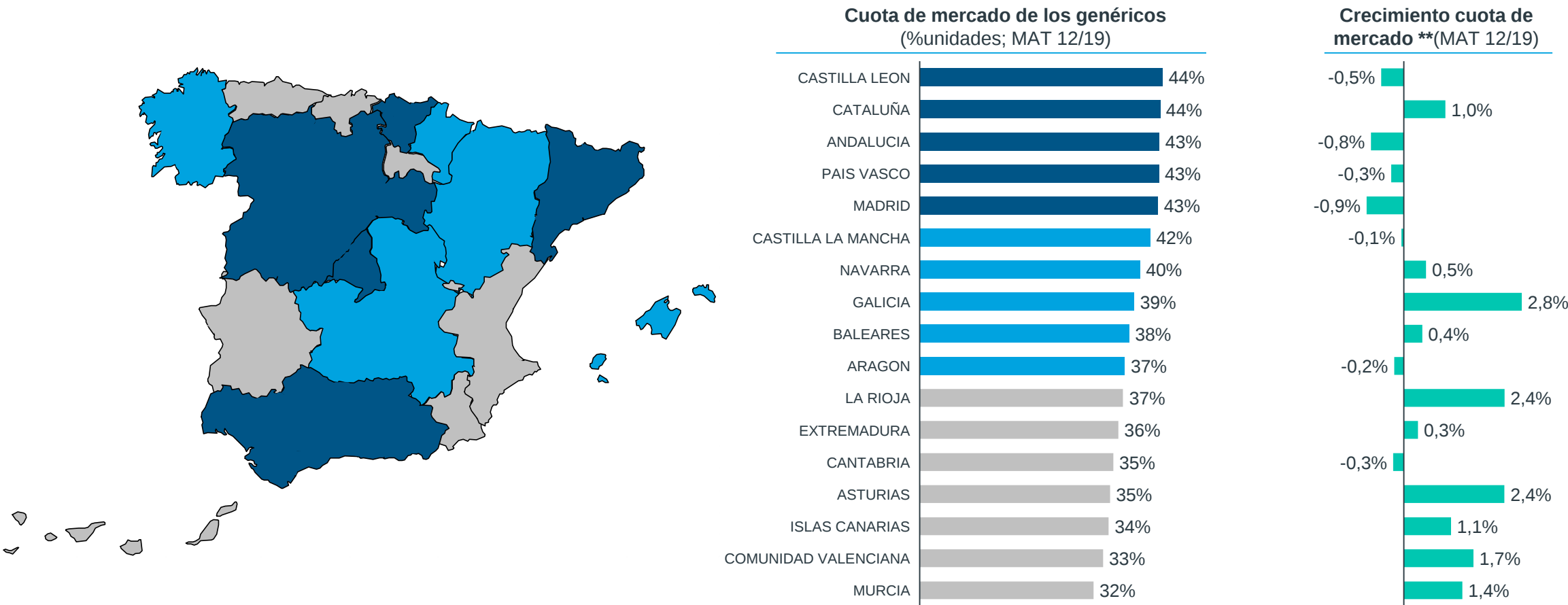


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Crecimientos genéricos vs mismo periodo del año anterior
Crecimientos marcas vs mismo periodo del año anterior

En el acumulado 12 meses, Castilla-León junto con Cataluña, Andalucía, País Vasco y Madrid son las CCAA con mayor penetración de genéricos

Sin embargo, si analizamos el crecimiento de cuota de genéricos, observamos tendencias negativas en Castilla y León, Andalucía, País Vasco, Madrid, Castilla y la Mancha, Aragón y Cantabria



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semietícos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
**Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

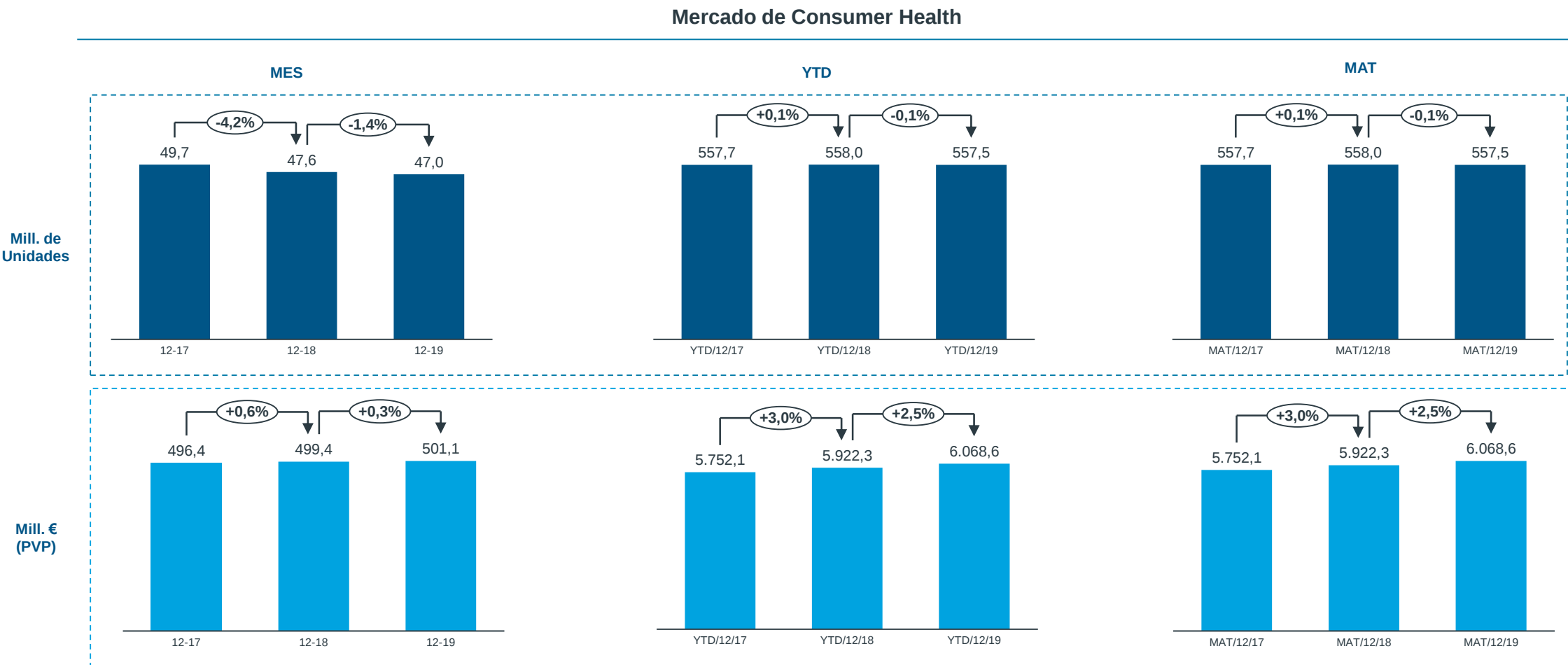


Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + **Análisis del mercado Consumer Health**
- + Anexo
 - + El Mercado del frío

En el acumulado del año, Consumer Health muestra un leve decrecimiento en volumen (-0,1%) aunque crece en valores (+2,5%)

El mes de diciembre crece en valores y decrece en unidades vs el mismo mes del año anterior

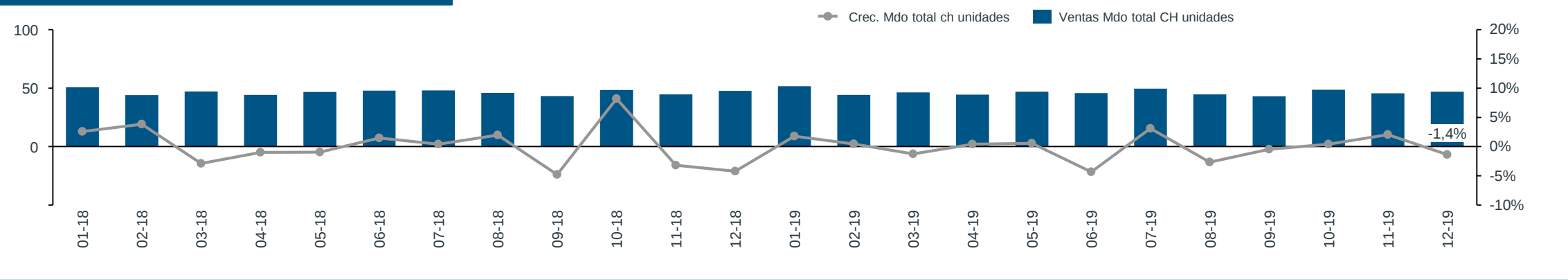


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

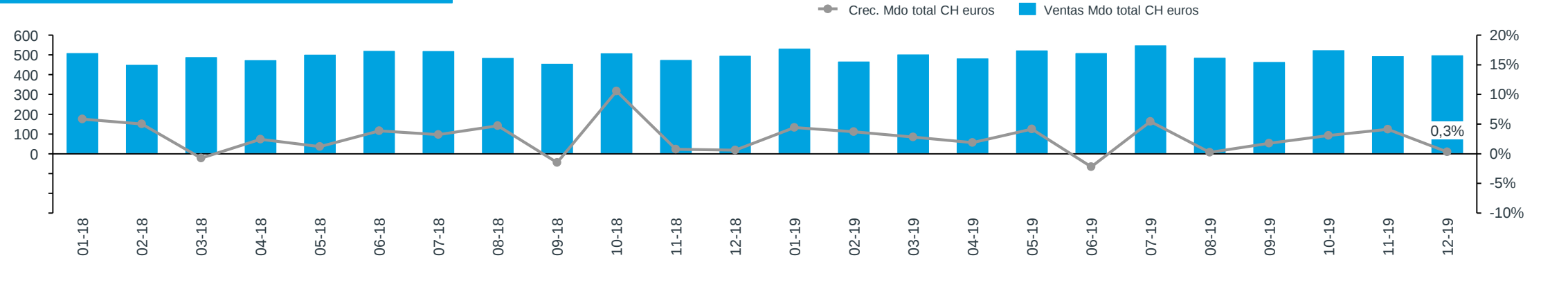
El mercado de Consumer Health crece en el mes de diciembre un +0,3% en valores y decrece un -1,4% en unidades

El mes de diciembre 2019 prosigue con la tendencia positiva del mes anterior en valores

Evolución de CONSUMER HEALTH* (M. Unid)



Evolución de CONSUMER HEALTH* (M. € PVP)

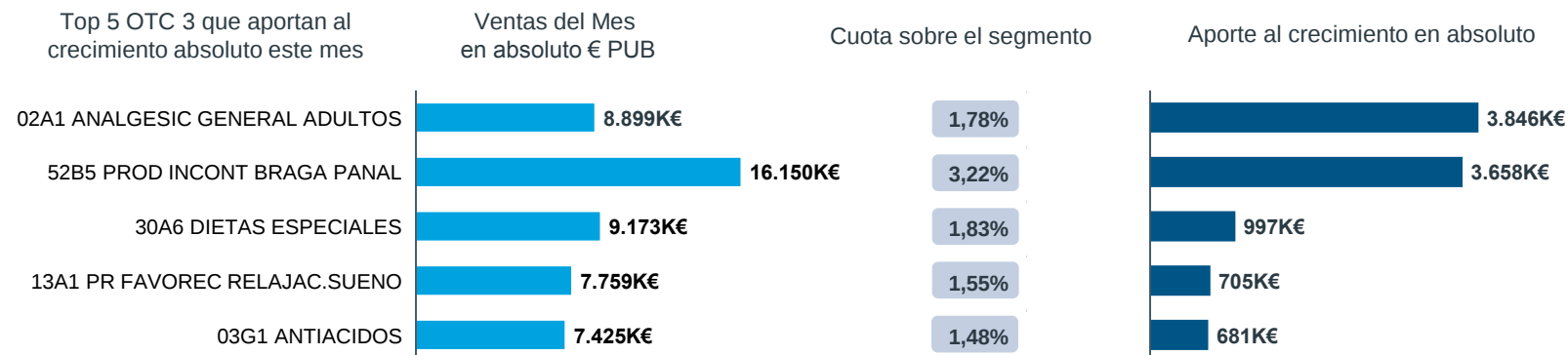


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de diciembre, observamos crecimientos en analgésicos generales para adultos y productos para la incontinencia tipo Braga-Pañal

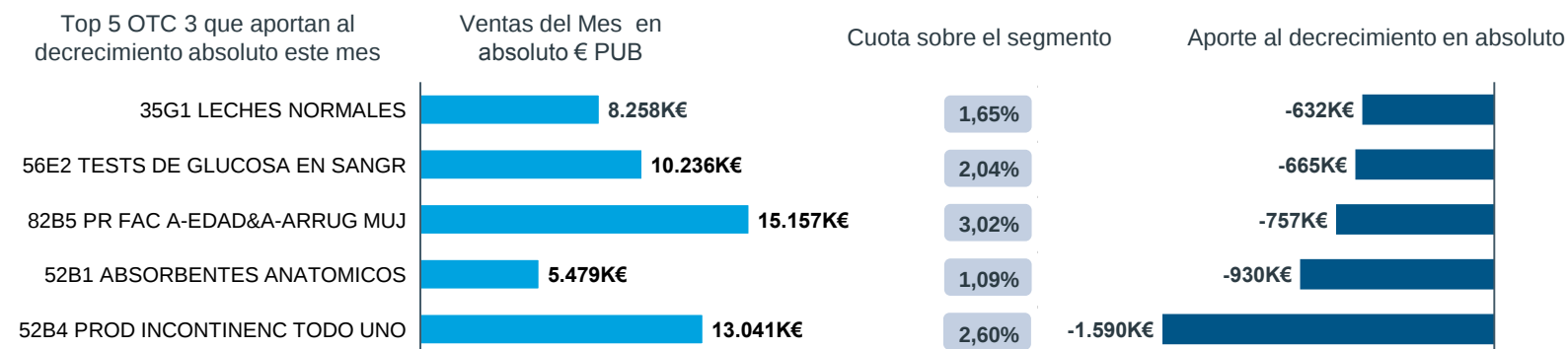
Seguimos observando un intercambio en los productos de incontinencia a presentaciones financiadas

Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de **analgésicos generales de adultos (+3,8M€)**. Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espidol (1,6M€) y Gelocatil (0,6M€).
- La **segunda clase con más aporte al crecimiento es la clase de Braga-Pañal (+3,6M€)**, gracias a la financiación de esta clase.
- Destaca en tercer lugar las **dietas especiales**, aportando +1M€ al mercado, impulsado por Resource (+0,2M€)

Clases con mayor decrecimiento este mes

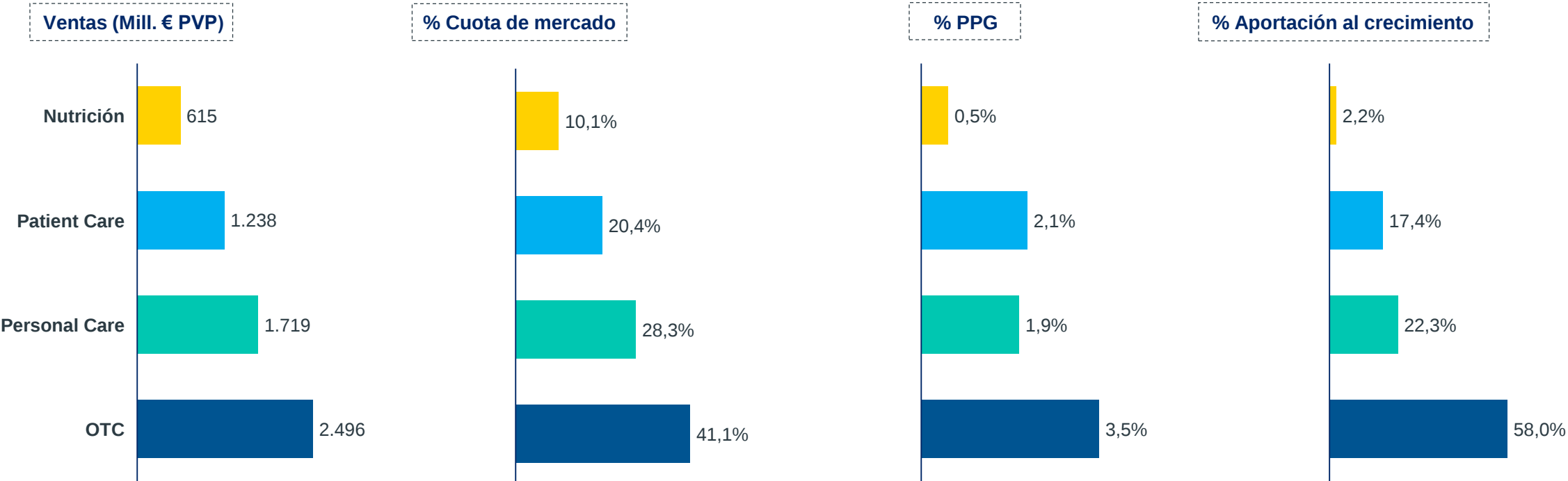


- Los **absorbentes anatómicos y los productos para incontinencia todo en uno** son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Conjuntamente, las dos clases de incontinencia decrecen más de **-2,5M€**. Estos productos se han visto sustituidos por la clase Braga-Pañal, gracias a la financiación de esta clase y a su comodidad de uso.

El 58% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición mantiene su tendencia positiva y consigue un leve crecimiento de +0,5%

Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 12/2019)

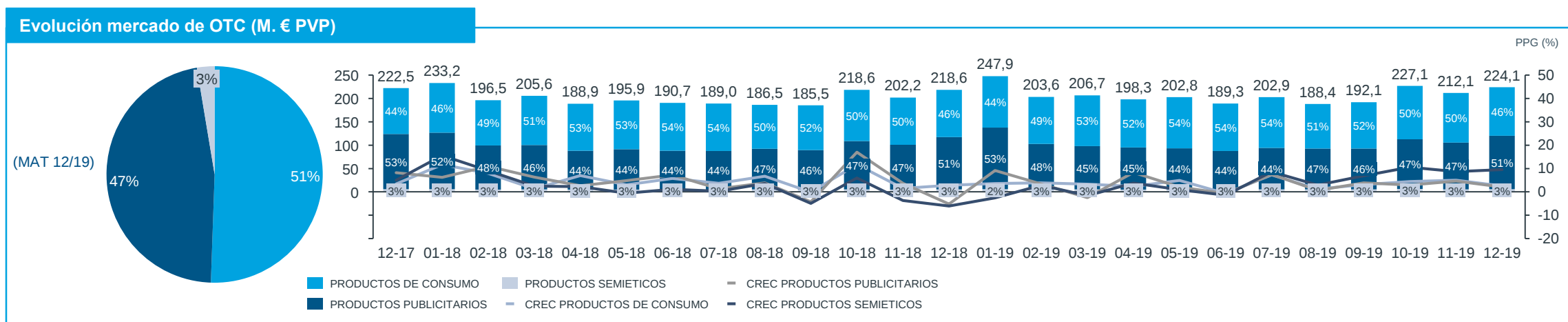
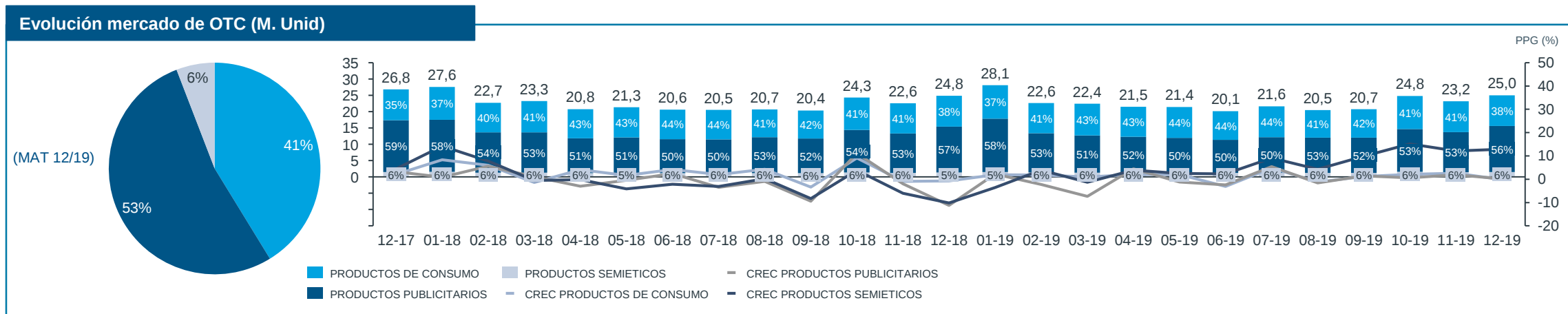


Total mercado Consumer Health a MAT/12/19: 6.069 Mill. de € con un PPG del 2,5%

Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Dentro de OTC, los productos semiéticos son los que presentan un mayor crecimiento en valores (+9,5%) para el mes de diciembre 2019

Todos los subsegmentos OTC muestran una evolución positiva en valores y unidades para el mes de diciembre 2019



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

*Previous Period Growth

Los analgésicos generales para adultos aportan 3,8M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de diciembre

Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -2,3M€

Clases con mayor crecimiento este mes

Top 5 OTC 3 que aportan al crecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al crecimiento en absoluto
02A1 ANALGESIC GENERAL ADULTOS	8.899K€	3,97%	3.846K€
13A1 PR FAVOREC RELAJAC.SUENO	7.759K€	3,46%	705K€
03G1 ANTIACIDOS	7.425K€	3,31%	681K€
07A3 LAGRIMAS ARTIF LUBR OCUL	10.340K€	4,61%	681K€
02A2 ANALGESICO GENERAL PEDIAT	3.066K€	1,37%	354K€

- La clase con mayor aporte al crecimiento este mes de diciembre sigue siendo la de **analgésicos generales para adultos (+3,8M€)**. Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espididol (1,6M€) y Gelocatil (0,6M€).
- La clase de **favorecedores de la relajación y el sueño** es la segunda con mayor aporte al crecimiento, **3 de los top 5 productos crecen**.
- **Crece la clase de antiácidos**, el top 3 productos concentra más del 80% de cuota.

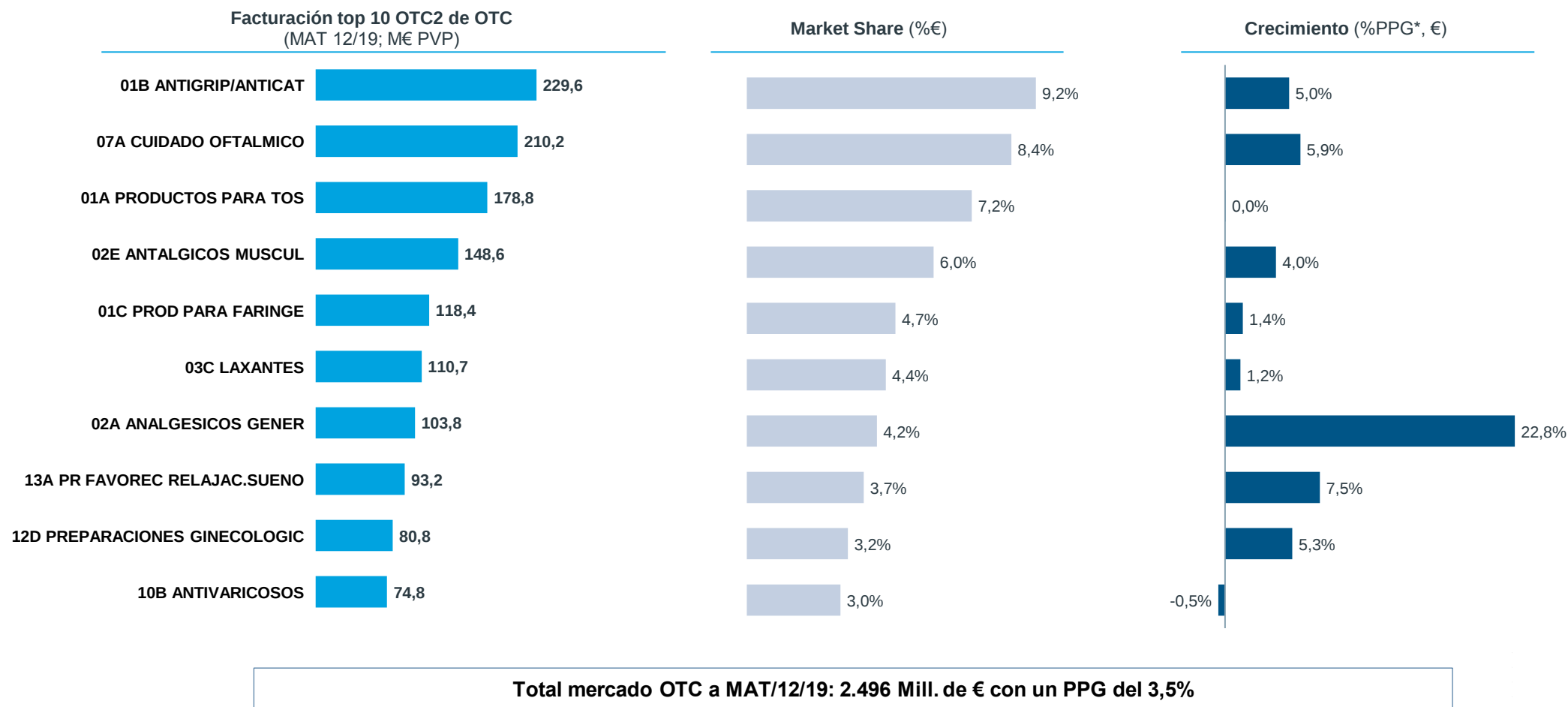
Clases con mayor decrecimiento este mes

Top 5 OTC 3 que aportan al decrecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al decrecimiento en absoluto
01B2 DESCONGEST NASAL	5.209K€	2,32%	-334K€
01A3 PRODUCTOS PARA TOS SECA	6.841K€	3,05%	-376K€
01F1 SOLUCIONES SALINAS NASAL	5.063K€	2,26%	-470K€
01A4 PRODUCTOS TOS PRODUCTIVA	10.467K€	4,67%	-574K€
01B1 ANTIGRIPI/ANTICAT	21.428K€	9,56%	-580K€

- La clase que más frena el crecimiento en el mes de diciembre es la de **antigripales y anticatarrales (-0,6M€)**. Este mes de diciembre, aunque húmedo, ha sido muy cálido con una temperatura media ~2°C superior a los valores de referencia para este mes.
- Así, las **top 5 clases que mas aportan al decrecimiento** en el mes de diciembre son **clases estacionales de invierno**. Entre todas acumulan un aporte al decrecimiento de -1,8M€.

En los últimos 12 meses, 8 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores

6 de las top 10 categorías tienen crecimientos más acelerados que el segmento de OTC en el último MAT



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

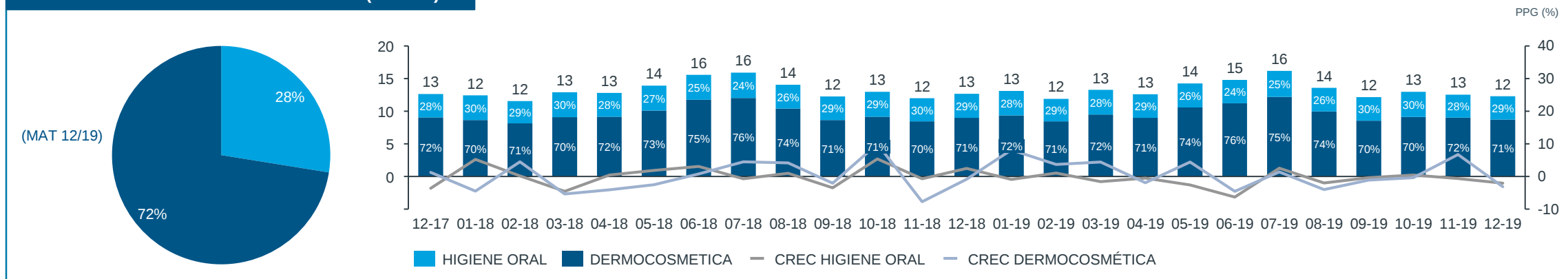
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*Previous Period Growth

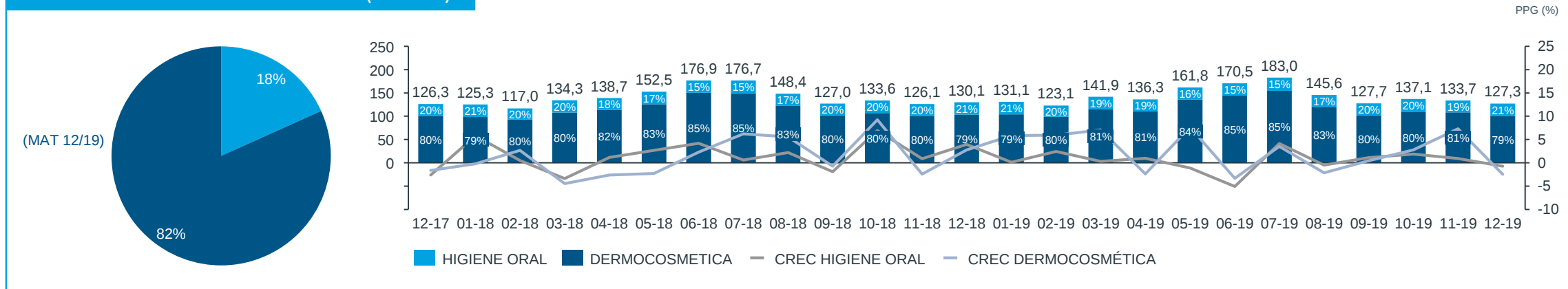
Cuidado Personal muestra una tendencia negativa tanto en unidades (-2,8%) como para los valores (-2,1%) en el mes de diciembre

Tanto el segmento de higiene oral como el de dermocosmética muestran decrecimientos en el mes de diciembre, tanto en unidades como en valores

Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. Unid)



Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

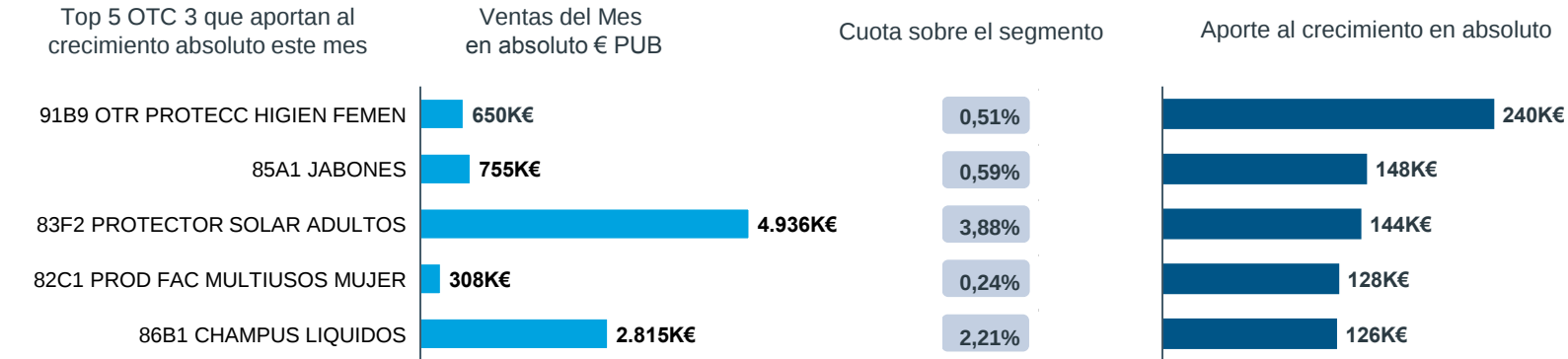
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

*Previous Period Growth

La clase de productos de protección de higiene femenina aporta 0,2M€ al crecimiento del segmento PEC este mes de diciembre

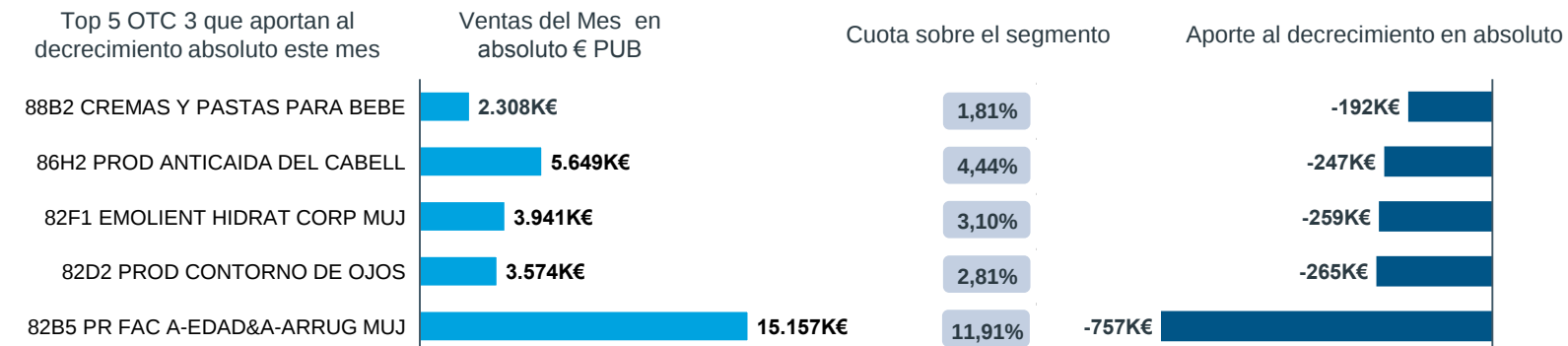
2 de las 5 clases que mas aportan al decrecimiento son productos de cuidado facial

Clases con mayor crecimiento este mes



- En el mes de diciembre, **la clase que más aporta al crecimiento es otros productos de protección de higiene femenina**, que aunque tiene poco peso en el segmento, aporta 240K€ al crecimiento de PEC, destaca en esta clase el producto Enna cycle, copa menstrual, de Enna.
- La segunda clase que más aporta al crecimiento es la de jabones gracias al crecimiento generalizado de los top 5 líderes en este mercado, dos de ellos crecen a triple dígito (Iberfrasa y Ozoaqua).

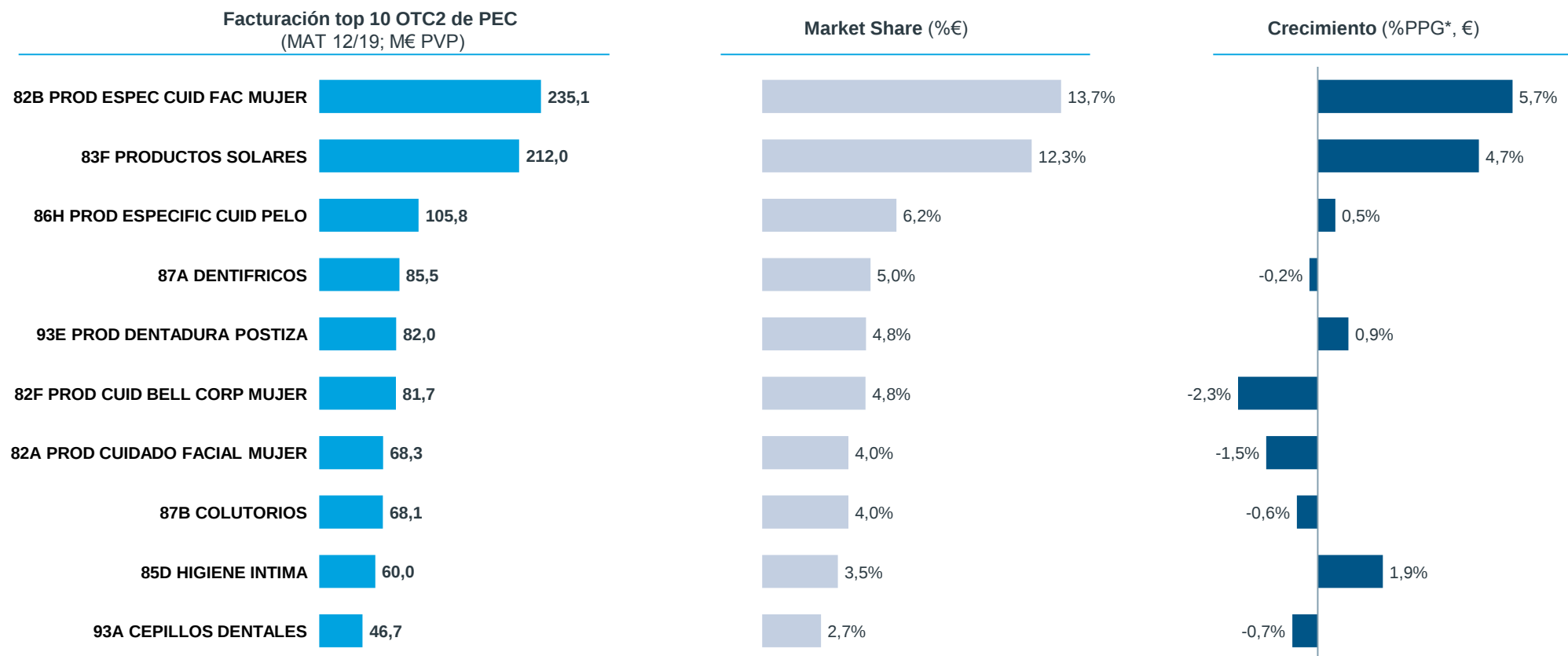
Clases con mayor decrecimiento este mes



- De las clases que **evolucionan negativamente** frenando más el crecimiento, encontramos los productos de **cuidado facial antiedad/antiarrugas mujer**, que aporta al decrecimiento -0,7M€. En esta clase, los top 5 players muestran tendencias negativas, dos de ellos decrecen a doble dígito.
- La segunda clase que más decrece en absoluto este mes de diciembre es la clase de **productos de contorno de ojos**, Vemedia PH es el laboratorio que más contribuye al decrecimiento.

En los 12 últimos meses, 5 del top 10 clases de PEC crecen, siendo los productos especiales cuidado facial mujer y solares los de mejor evolución

De las top 10 clases OTC2, la clase de productos de cuidado corporal mujer es la que mas decrece



Total mercado PEC a MAT/12/19: 1.719 Mill. de € con un PPG del 1,9%

Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

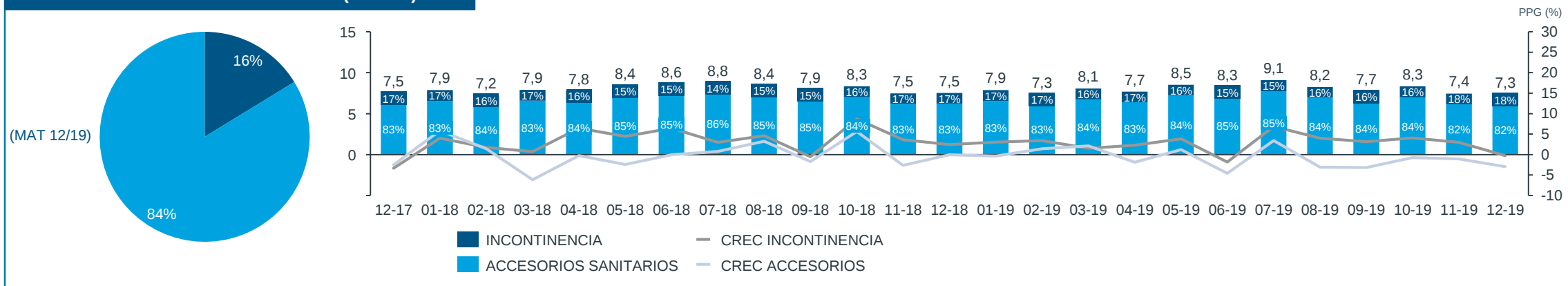
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*Previous Period Growth

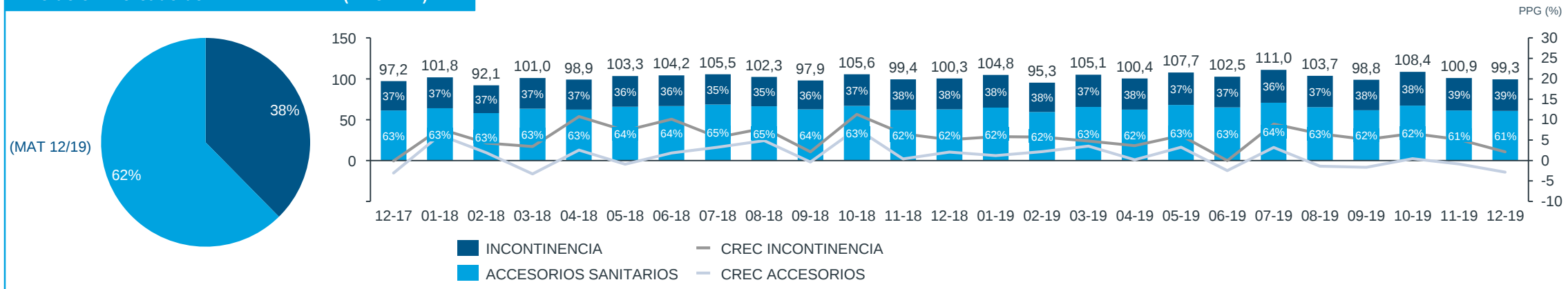
En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 62% del mercado de PAC en valores

Las principales categorías dentro del segmento PAC están reembolsadas por lo que sus dinámicas son distintas a las del mercado de Consumer Health

Evolución mercado de PATIENT CARE (M. Unid)



Evolución mercado de PATIENT CARE (M. € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

*Previous Period Growth

En el mes de diciembre, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal siguen siendo la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC

Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca de 1,6M€

Clases con mayor crecimiento este mes

Top 5 OTC 3 que aportan al crecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al crecimiento en absoluto
52B5 PROD INCONT BRAGA PANAL	16.150K€	16,26%	3.658K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	3.424K€	3,45%	474K€
40B5 APOSITOS ADHESIVOS	994K€	1,00%	137K€
53A2 CATETERES USO INTERMITENT	2.219K€	2,23%	109K€
79A1 OTR PROD CUIDADO PACIENTE	803K€	0,81%	88K€

- En diciembre, y siguiendo la misma tendencia que los últimos meses, la clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de **Braga Pañal, creciendo 3,6M€**. Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Indas, Hartman, Bimedica, Essity y Ontex ID). Todos ellos muestran crecimientos superiores de doble dígito y la clase crece un 29,3%. Esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

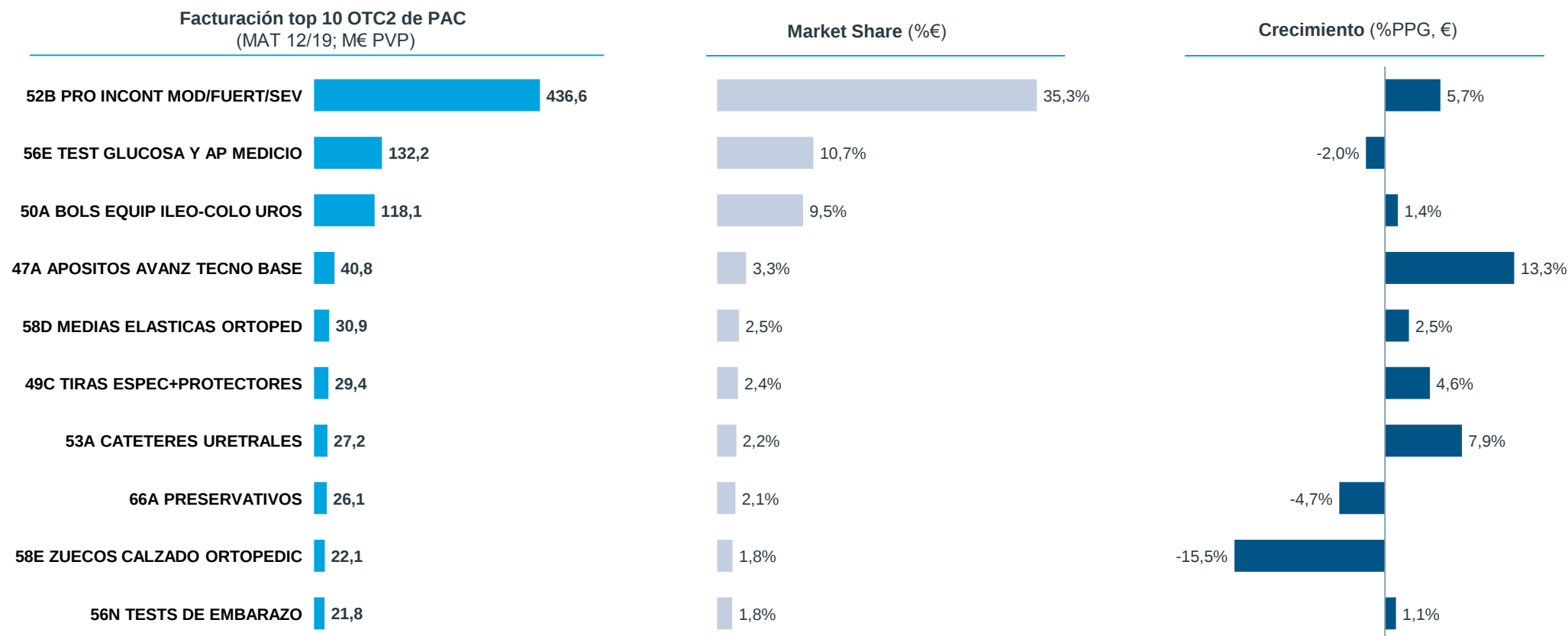
Clases con mayor decrecimiento este mes

Top 5 OTC 3 que aportan al decrecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al decrecimiento en absoluto
58E9 OTR ACCESOR CORRECT PIES	1.260K€	1,27%	-267K€
50A4 BOLSAS/PAQUET COLOSTOMIA	4.559K€	4,59%	-373K€
56E2 TESTS DE GLUCOSA EN SANGR	10.236K€	10,30%	-665K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	5.479K€	5,52%	-930K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	13.041K€	13,13%	-1.590K€

- Decrecen 1,6M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, los Top 3 laboratorios líderes en esta clase decrecen y 2 de ellos lo hacen a doble dígito.
- La segunda clase con mayor aporte al decrecimiento es la de **Absorbentes anatómicos** y cae un -10,9%, debido a la caída generalizada entre los players.
- Estos decrecimientos explican la **sustitución de los productos para incontinencia utilizados tradicionalmente por la Braga-Pañal**.

Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (35,3%) y presentan un crecimiento positivo en el último MAT

En el segmento de PAC decrecen 3 de las top 10 clases para el acumulado de los últimos 12 meses

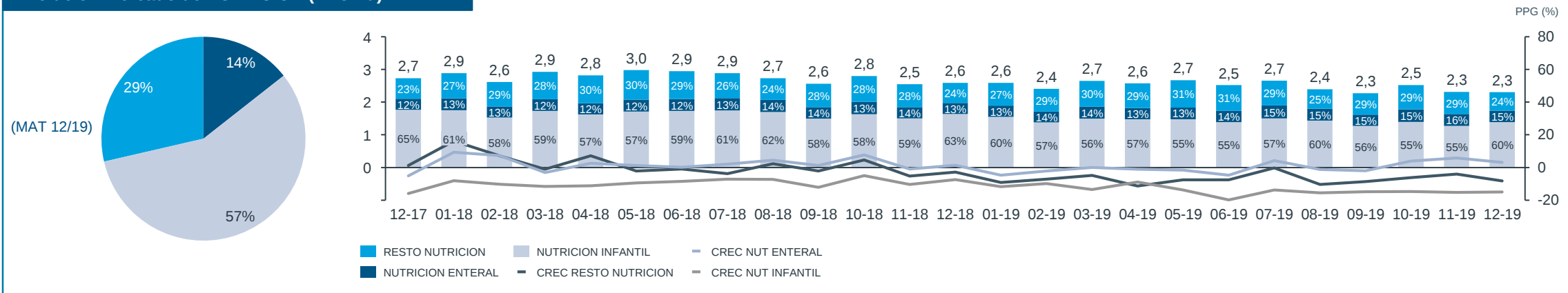


Total mercado PAC a MAT/12/19: 1.238 Mill. de € con un PPG del 2,1%

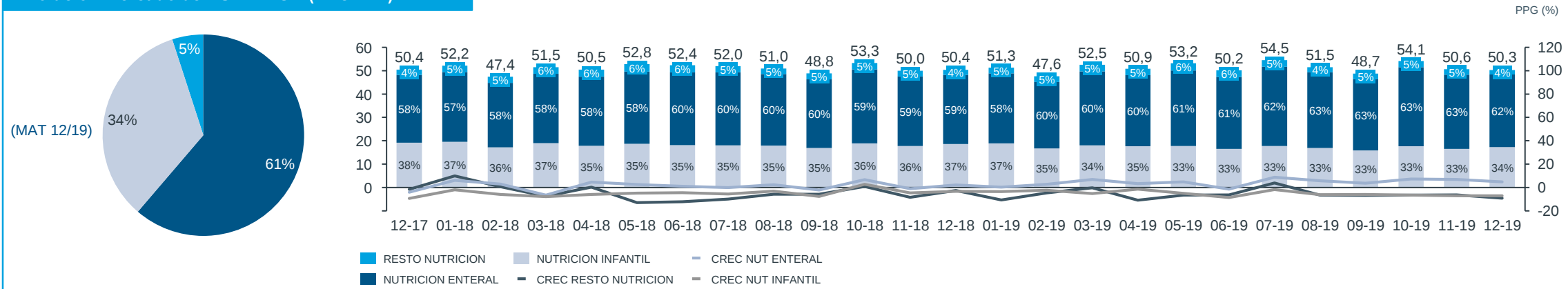
El mercado de nutrición en el último MAT se mantiene gracias al crecimiento de NUT enteral que compensa la caída de NUT infantil y resto de nutrición

Siguiendo la misma tendencia que en el acumulado, en diciembre 2019 nutrición enteral crece un +4,9% mientras que nutrición infantil y resto de nutrición decrecen un -7,1% y un -4,6% en valores respectivamente

Evolución mercado de NUTRICIÓN (M. Unid)



Evolución mercado de NUTRICIÓN (M. € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

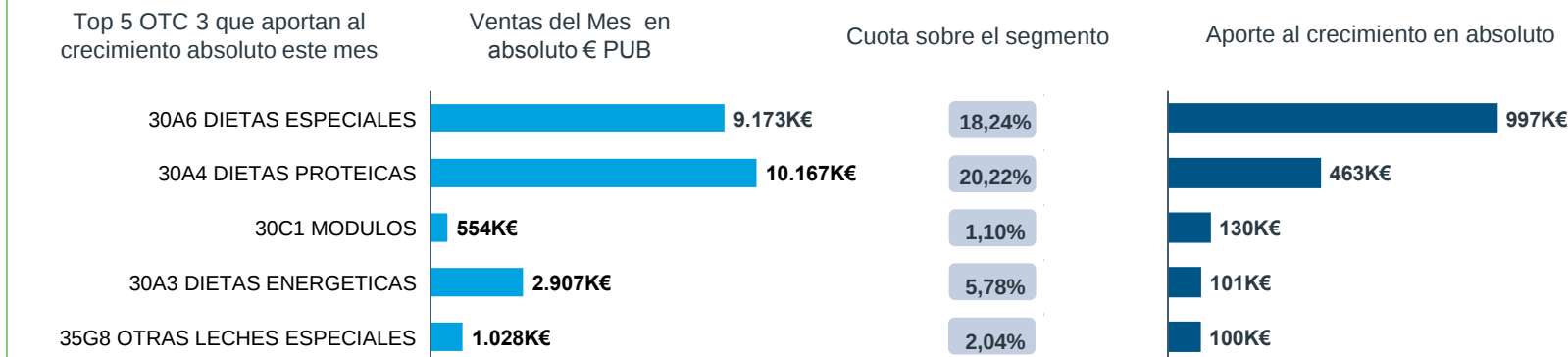
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

*Previous Period Growth

En diciembre, 4 de las clases con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral

Decrecen los cereales, así como las leches normales, sin lactosa y de soja y arroz entre otras

Clases con mayor crecimiento este mes



- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~1,5M€** en el mes de diciembre. En dietas especiales observamos un crecimiento de los 5 líderes en el mercado, y en dietas proteicas crecen 4 de los top 5 players en el mercado.
- La tercera clase con mayor aporte al crecimiento es la **clase de modulos**, en la que Nutrición medica y Adventan healthcare, que son los principales players, muestran evoluciones positivas.

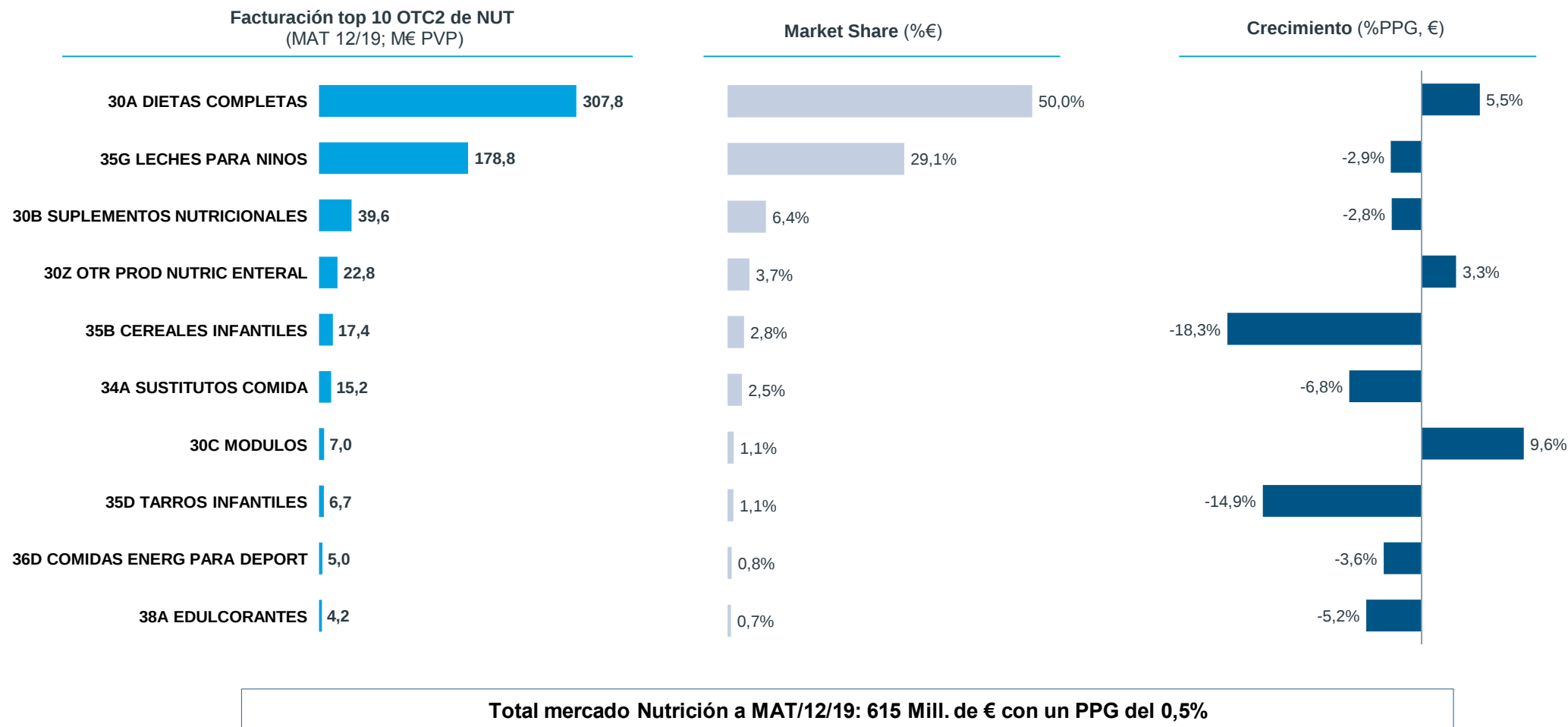
Clases con mayor decrecimiento este mes



- Leches normales** es la clase que más aporta al decrecimiento del segmento NUT en el mes de diciembre. Es un mercado muy concentrado, los top 5 laboratorios concentran ~90% y presentan una evolución negativa.
- El mercado de **cereales infantiles preparados es la segunda clase con mayor aporte al decrecimiento**, debido a una caída generalizada de los distintos players.

El mercado de nutrición continua revirtiendo su tendencia negativa, siendo la categoría de módulos la que más crece (+9,6%, +0,6M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (50,0%) y un crecimiento 5,5%





Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + **Anexo**
 - + **El Mercado del frío**

Definimos el mercado del frío como un conjunto de clases, mayoritariamente del aparato respiratorio

MERCADO DEL FRÍO

RESPIRATORIO



INMUNOESTIM. Y
VIT. C



LABIALES Y
NASALES



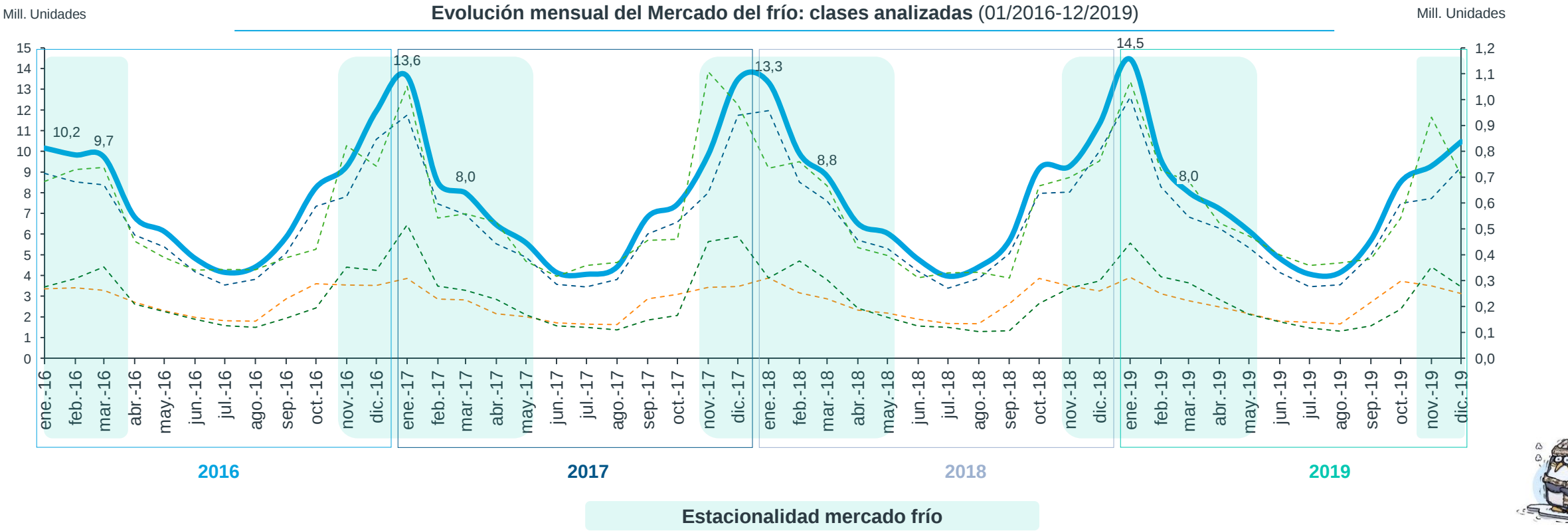
CREMA DE
MANOS



El mercado del frío decrece un -7,6% en unidades respecto a diciembre del año anterior, decrecimiento promovido por todas las categorías del frío

Esta tendencia negativa puede explicarse por el cambio meteorológico que ha sufrido este diciembre vs diciembre del año anterior

La AEMet** define este mes de diciembre como un mes cálido o muy cálido en la mayor parte de la España peninsular.
"Ha sido un mes de diciembre con la temperatura media de 9,9°C valor que queda 1,9°C por encima de la media de este mes. Se ha tratado del tercer mes de diciembres más cálido en lo que llevamos de siglo XXI. Sin embargo, el mes ha resultado en su conjunto húmedo, con una precipitación media sobre España de 112mm, valor que supera en un 37% al valor normal de este mes, que es de 82mm."



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.300 farmacias (EPVP)
*MERCADO DEL FRÍO = Categorías analizadas: RESPIRATORIA, INMUNOESTUM Y VIT C, LABIALES Y NASAL, MANOS
**<https://aemetblog.es/2019/11/05/avance-climatico-nacional-del-mes-de-octubre-de-2019/>

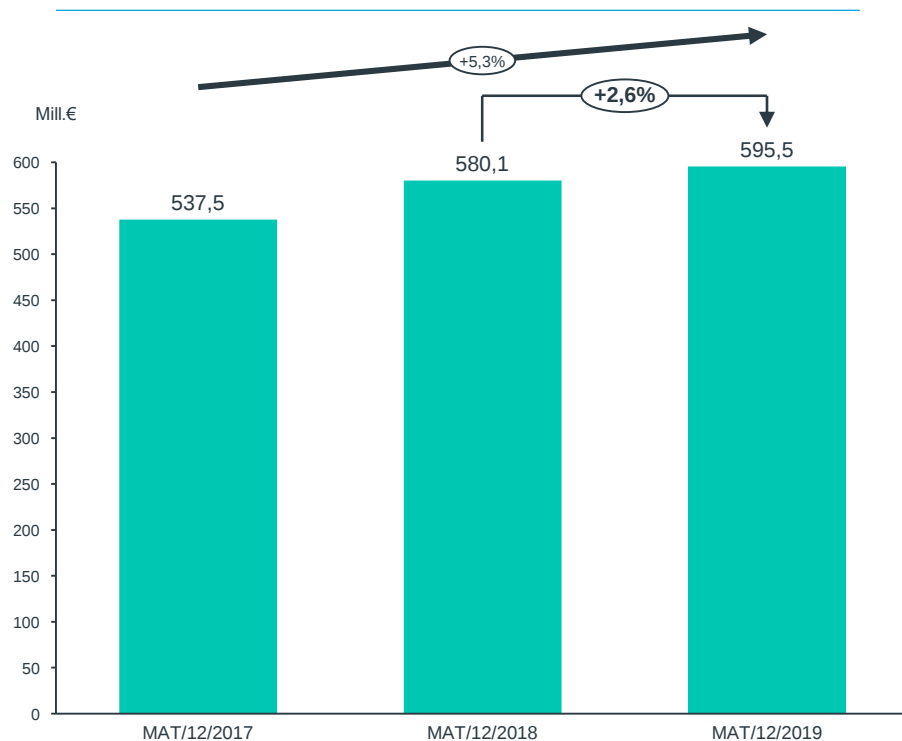
- MERCADO FRÍO
- RESPIRATORIO
- INMUNOESTUM Y VIT C
- LABIALES Y NASAL
- MANOS



En los últimos 3 años, las ventas de los productos incluidos en la categoría de respiratorio han crecido en un +5,3% en valores

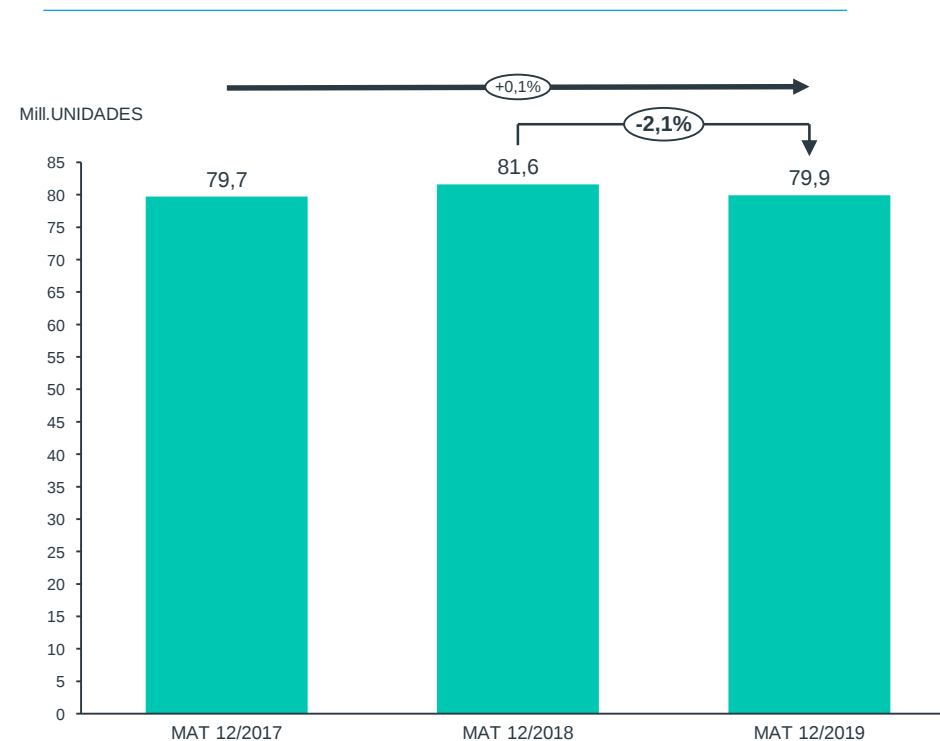
Para los últimos 12 meses, el mercado respiratorio crece en valores mientras que presenta decrecimiento en unidades

Evolución categoría aparato respiratorio
(Mill. € PVP, MAT 12/2019)



■ TOTAL RESPIRATORIO

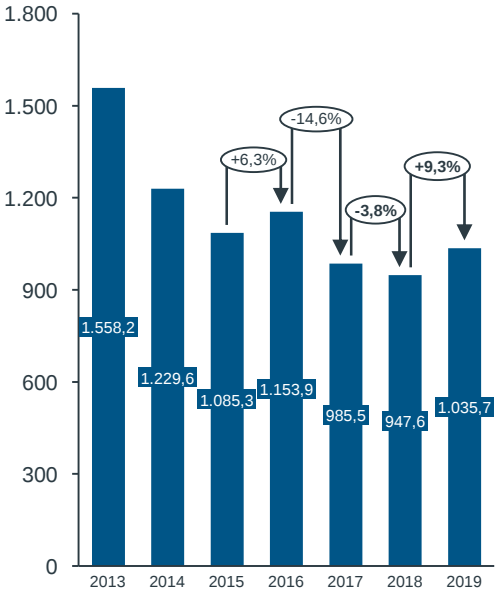
Evolución categoría aparato respiratorio
(Mill. UDS, MAT 12/2019)



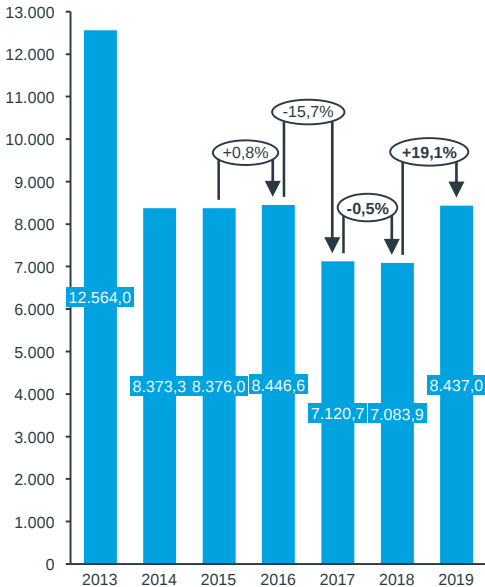
En 2019 se han lanzado 204 referencias nuevas que acumulan unas ventas de 8,4 M€

El precio medio de los lanzamientos para los periodos analizados muestran máximos en 2015 y 2016. En 2019, observamos un aumento del precio de los lanzamientos respecto al periodo anterior.

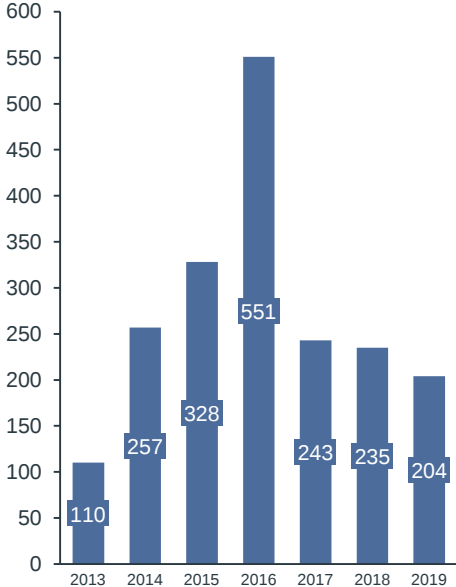
Ventas lanzamientos
Mercado del Frío*
(Miles Uds)



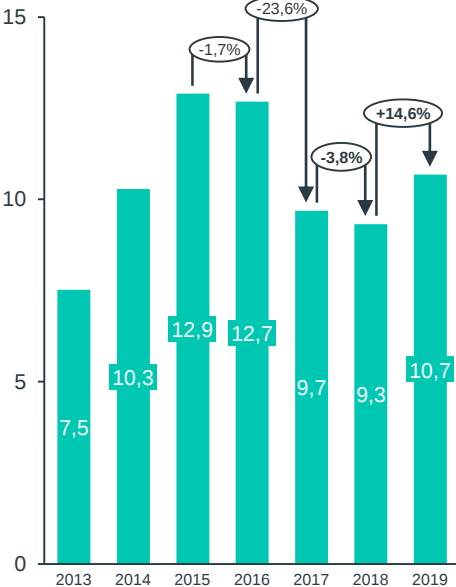
Ventas lanzamientos
Mercado del Frío*
(Miles €)



lanzamientos
Mercado del Frío*
(packs)



Precio medio lanzamientos
Mercado del Frío*
(€/pack)



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.300 farmacias (€PVP)
*MERCADO DEL FRÍO = Categorías analizadas: RESPIRATORIA, INMUNOESTUM Y VIT C, LABIALES Y NASAL, MANOS.



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de diciembre 2019

Enero 2020