

Evolución del Mercado de la farmacia Española

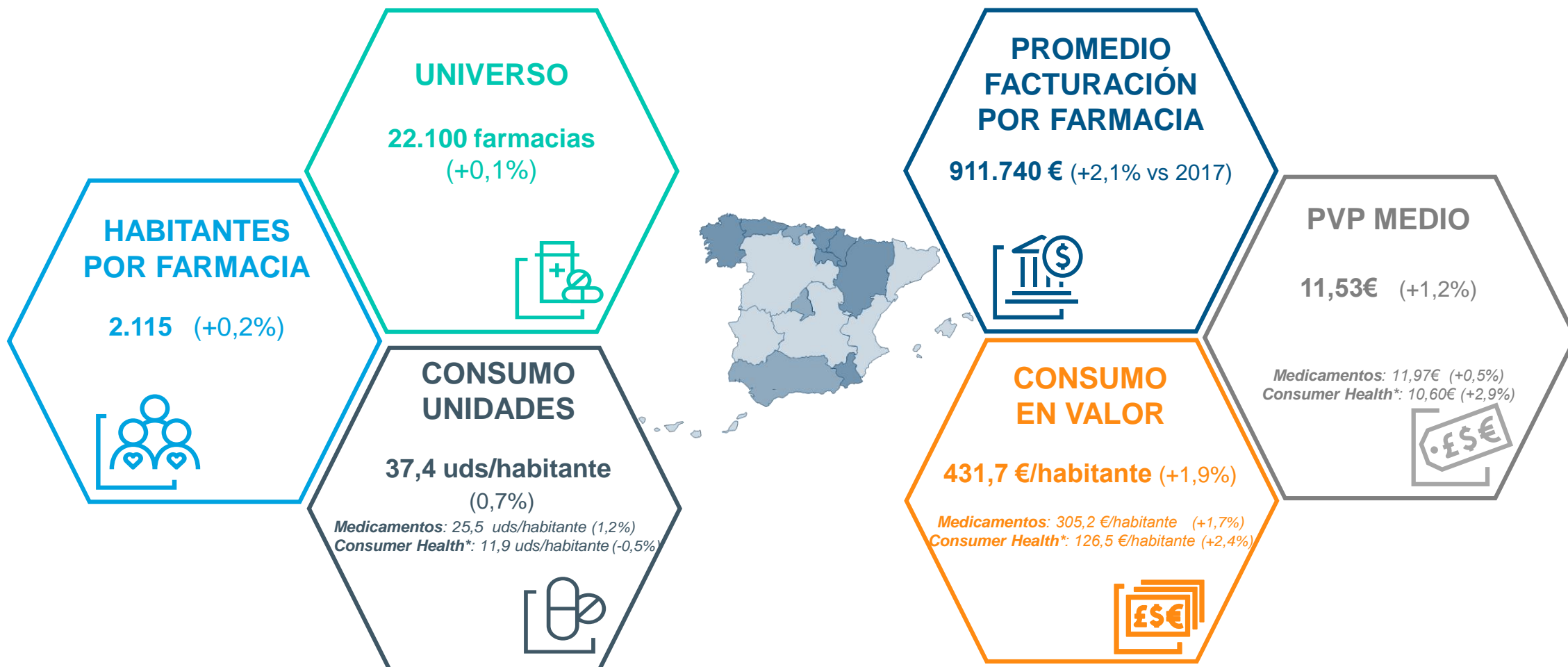
Actualización datos de julio 2019

Agosto 2019

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 de Productos Solares

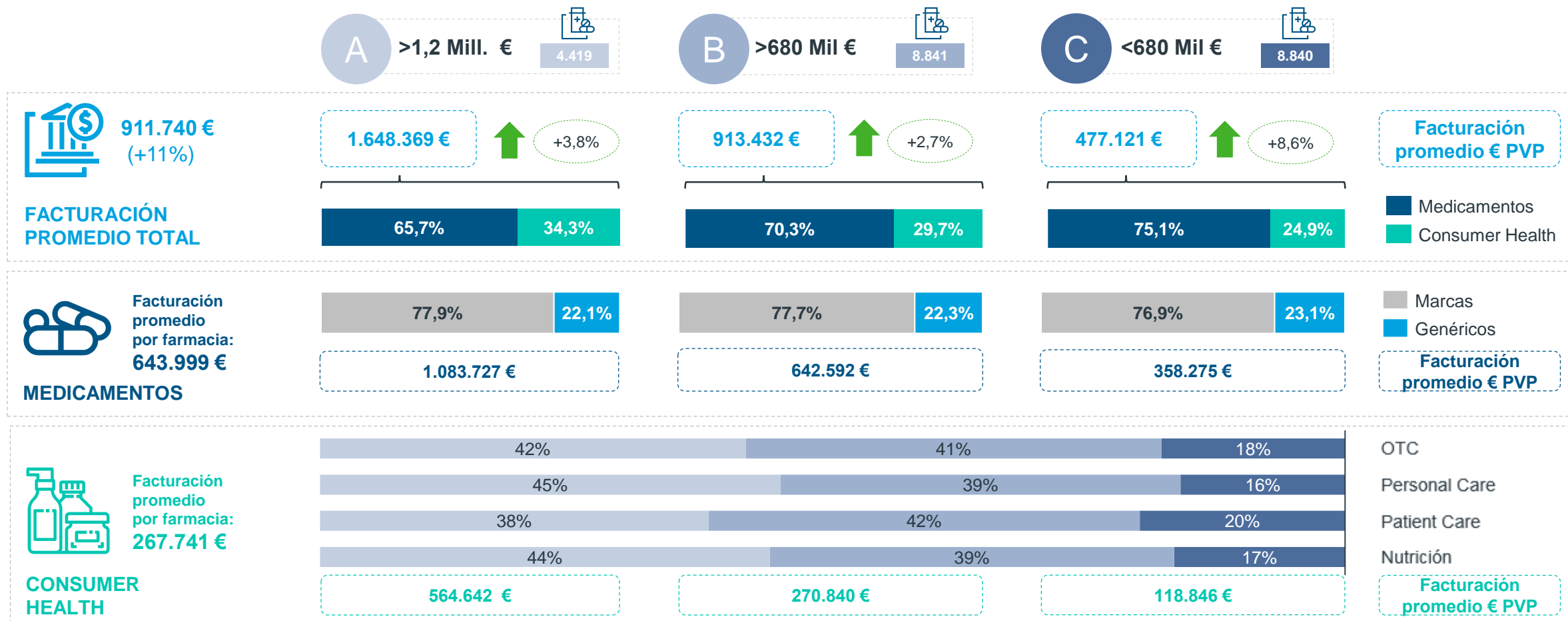
España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

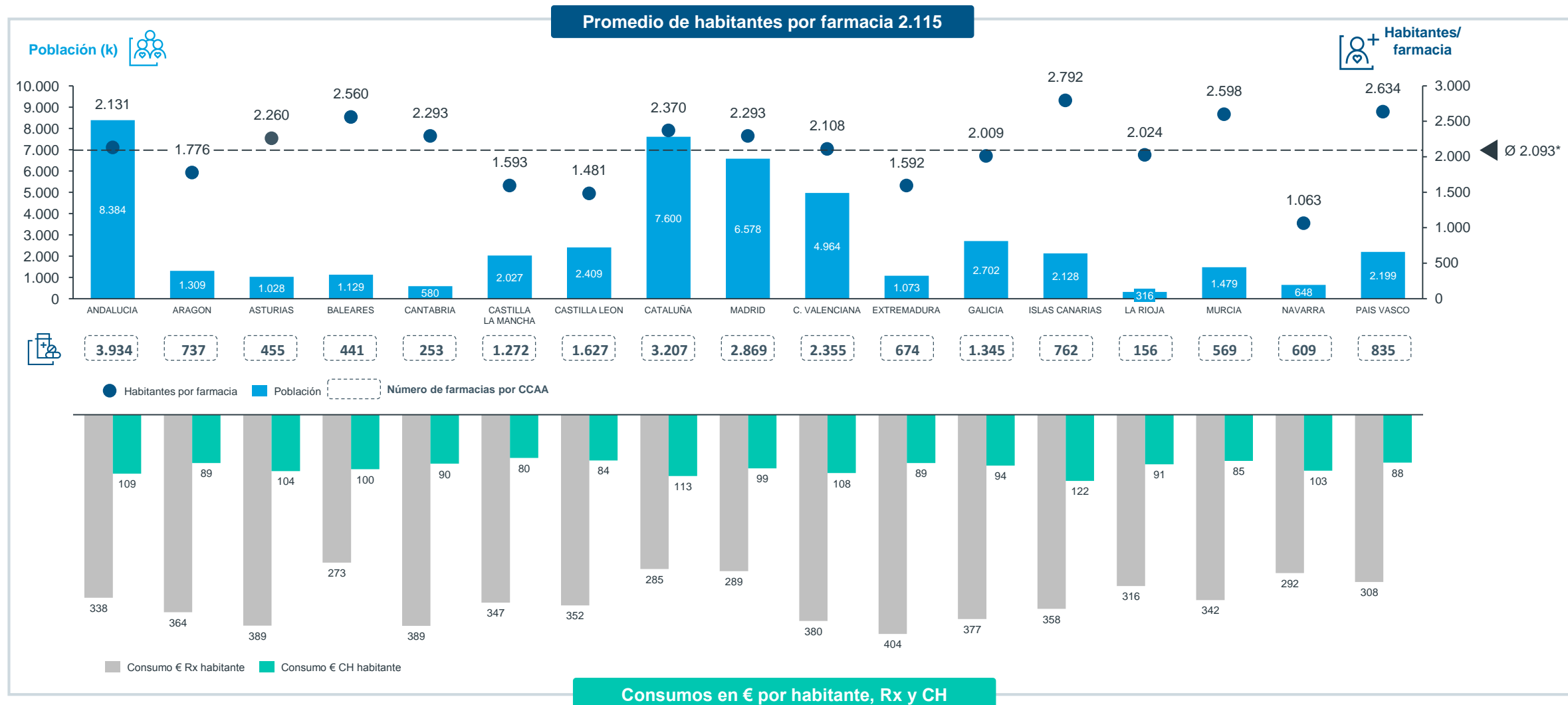
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 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)



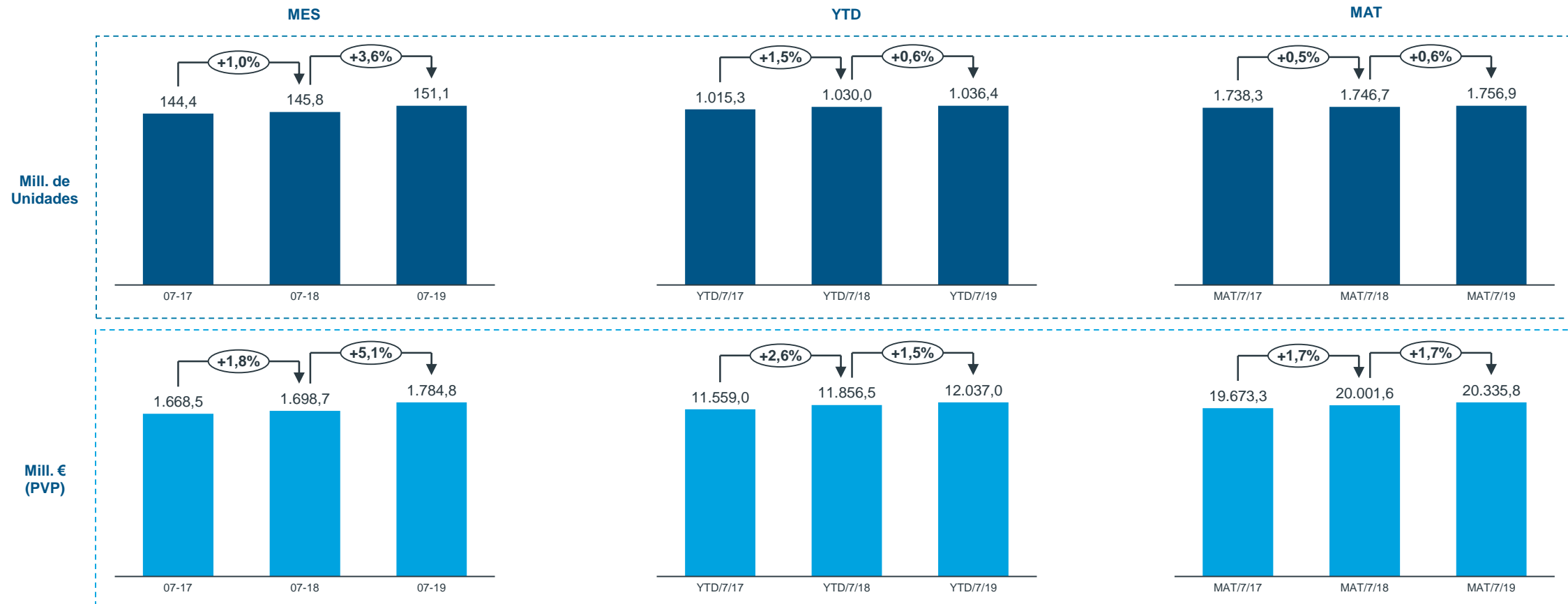
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
 *El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

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 de Productos Solares

El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +1,7% en valores y del +0,6% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

Total mercado farmacéutico



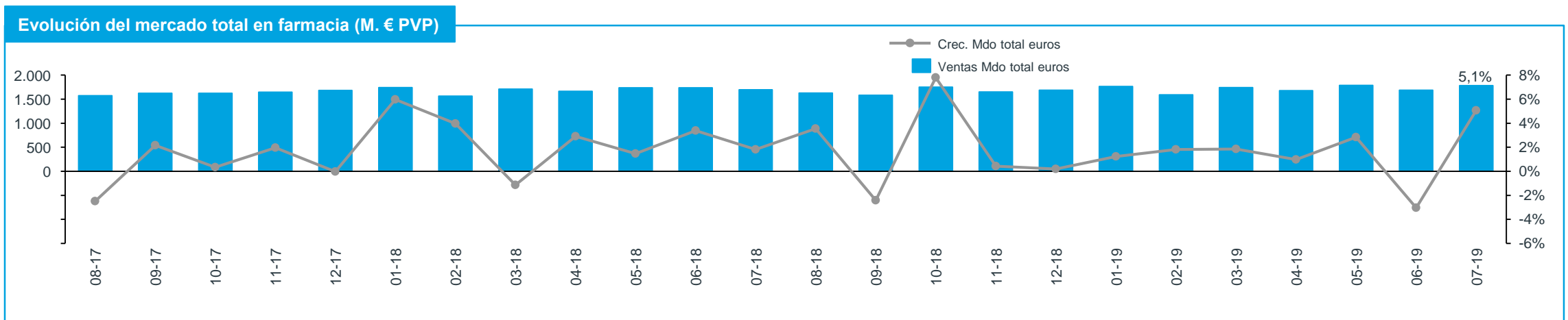
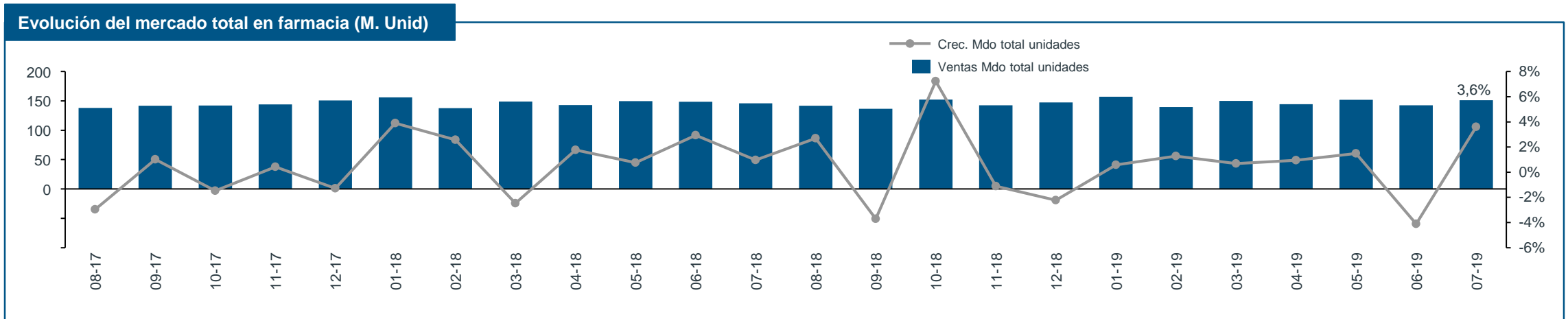
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

En julio, el mercado crece tanto en unidades (+3,6%) como en valores (+5,1%)

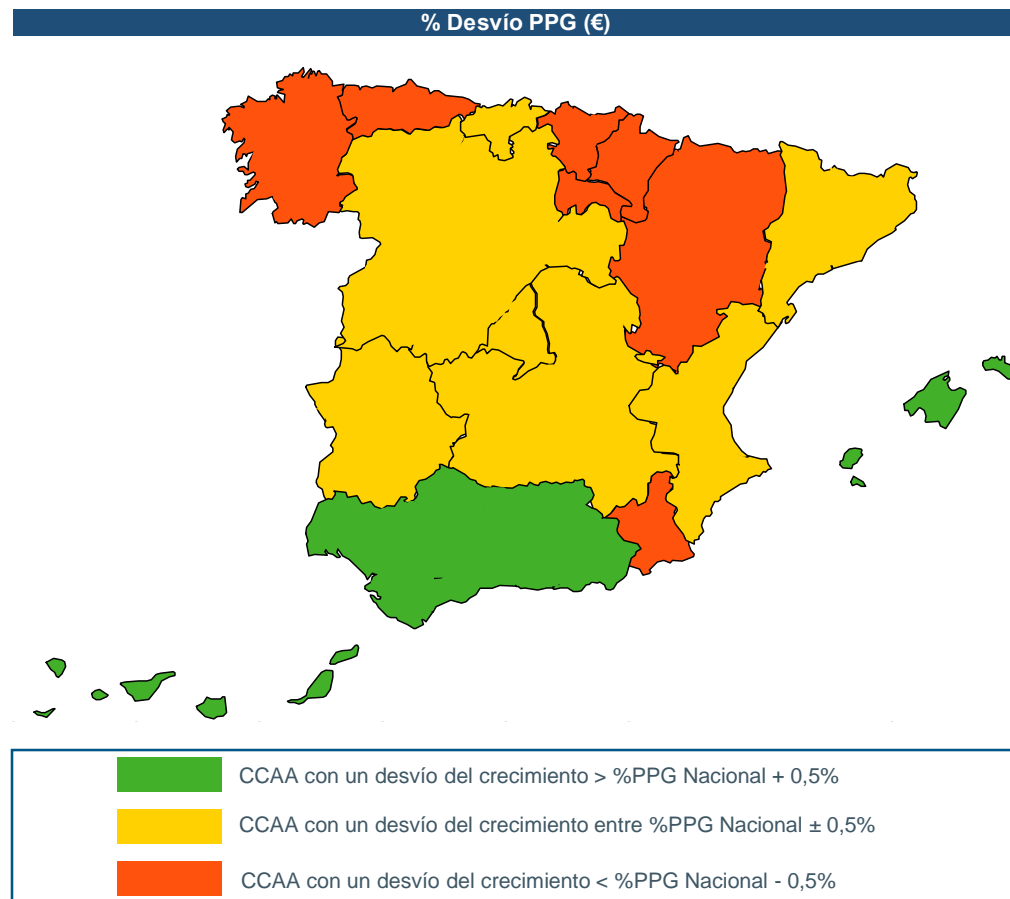
Después de la caída del mercado en junio, observamos que julio recupera la tendencia positiva y crece más que el mismo periodo del año anterior



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

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



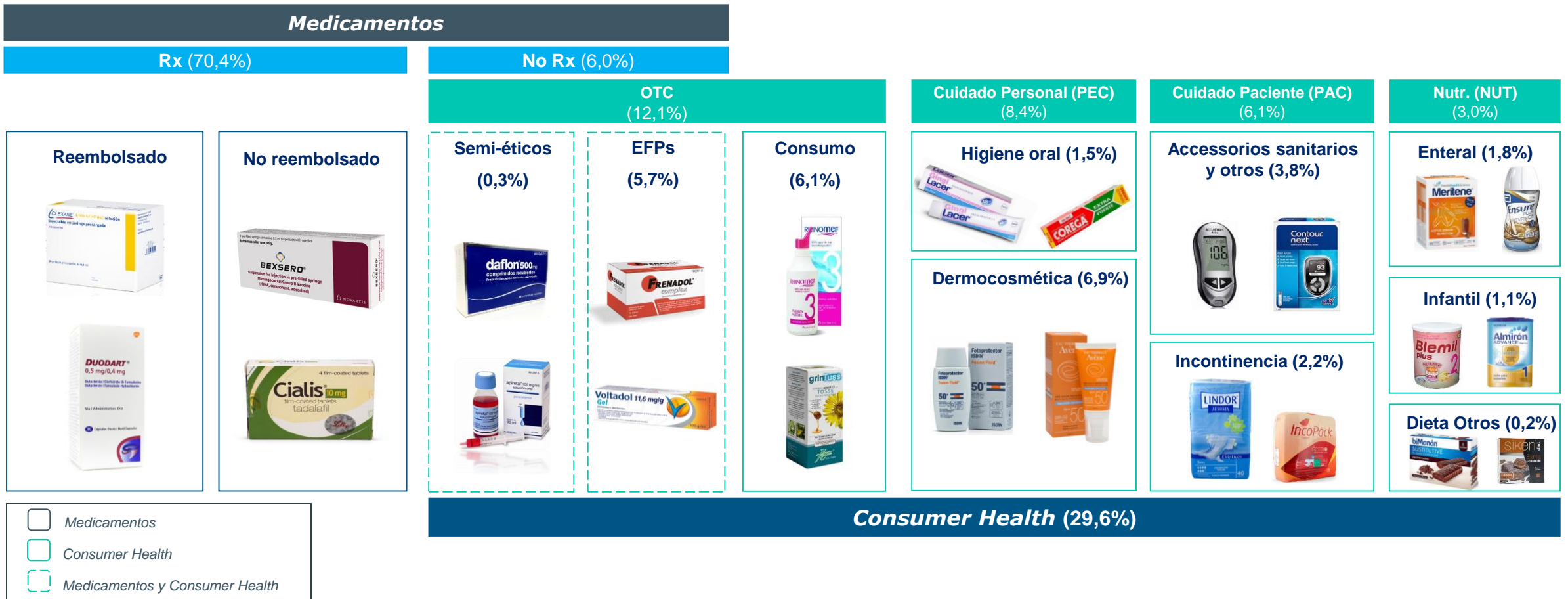
MAT7/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
BALEARES	3,4%	4,3%
ISLAS CANARIAS	3,0%	9,1%
ANDALUCIA	2,7%	29,5%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,1%	15,1%
CASTILLA LEON	2,1%	6,4%
CASTILLA LA MANCHA	1,9%	4,8%
CANTABRIA	1,7%	1,4%
MADRID	1,7%	13,1%
EXTREMADURA	1,4%	2,2%
CATALUÑA	1,3%	12,1%
ARAGON	0,9%	1,5%
GALICIA	0,5%	1,8%
MURCIA	0,4%	0,8%
ASTURIAS	-0,1%	-0,1%
PAIS VASCO	-0,5%	-1,2%
LA RIOJA	-0,6%	-0,2%
NAVARRA	-0,8%	-0,6%
TOTAL NACIONAL	1,7%	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 de Productos Solares

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 06/2019 sobre el mercado farmacéutico total
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 06/2019
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

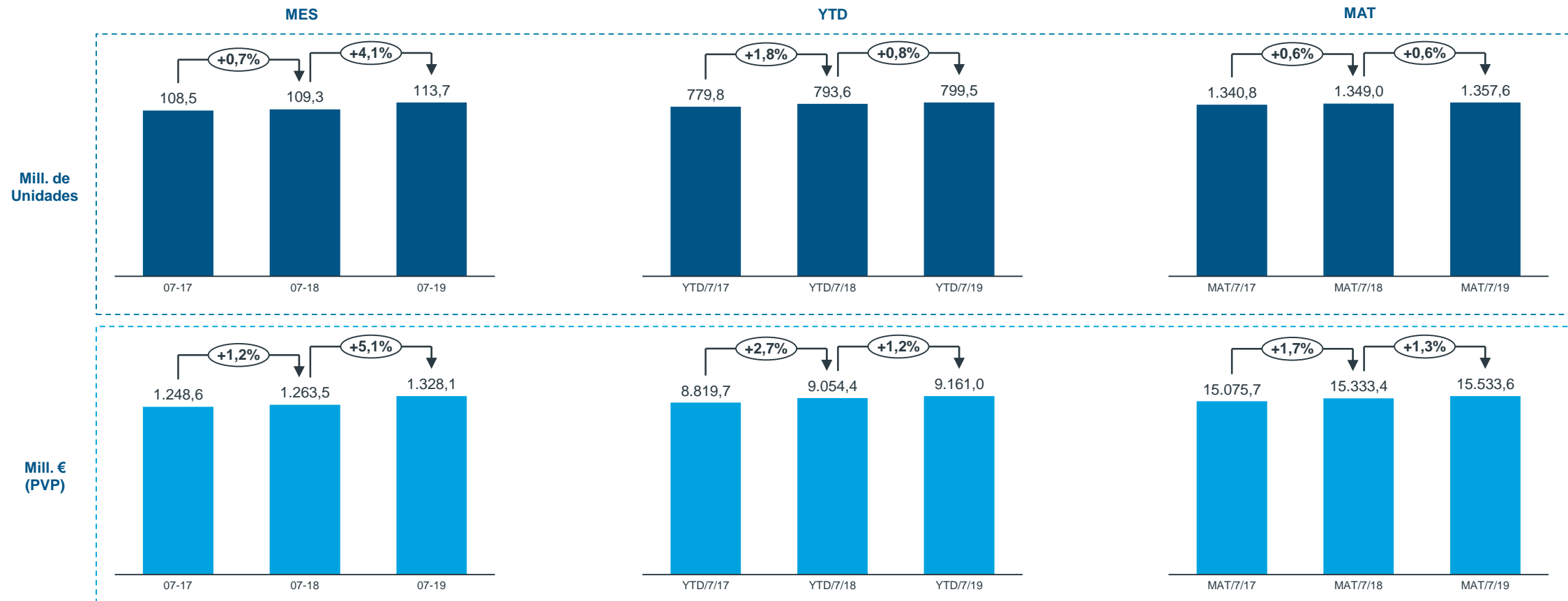
Índice

- + 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 de Productos Solares

El mercado de medicamentos muestra crecimientos positivos en todos los periodos, tanto en valores como en unidades

Este mes de julio observamos un fuerte crecimiento en las ventas, muy por encima de los crecimientos de julio 2018

Mercado de Medicamentos



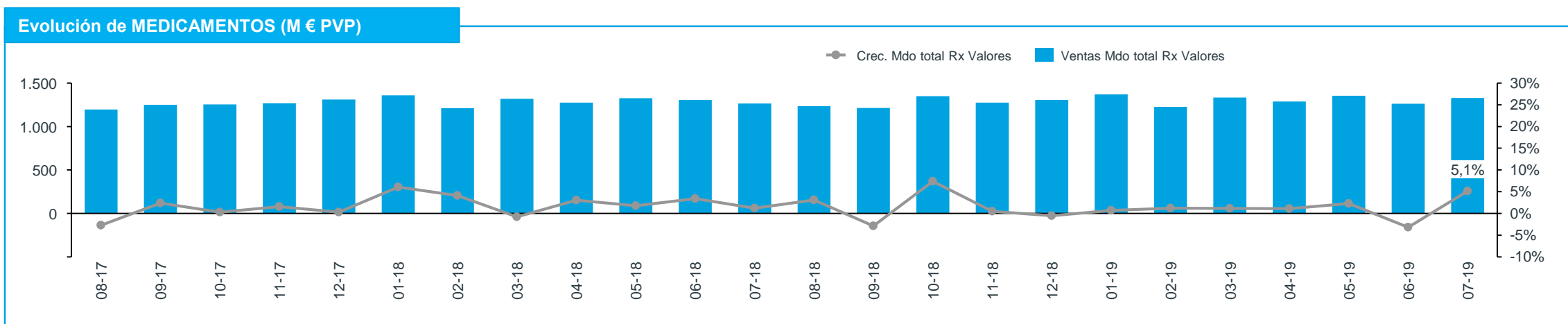
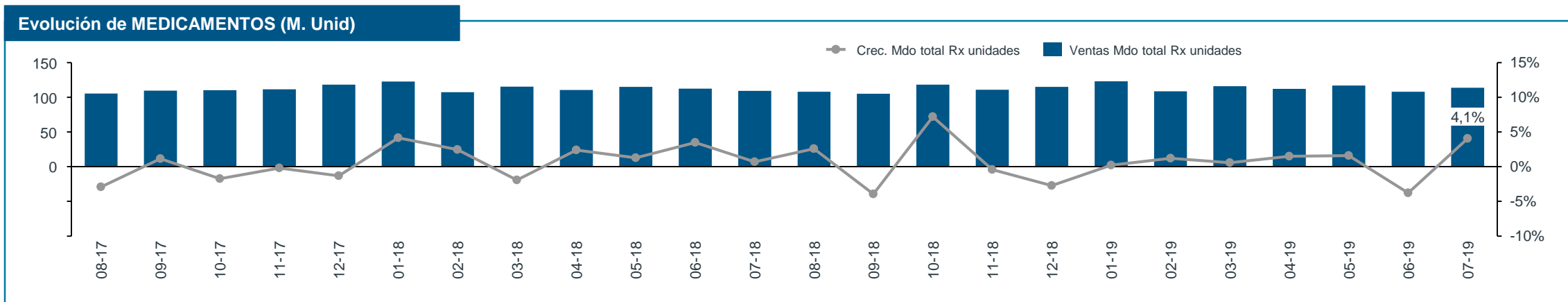
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

En el mes de julio el mercado crece tanto en valores (+5,1%), como en unidades (+4,1%) vs el mismo periodo del año anterior

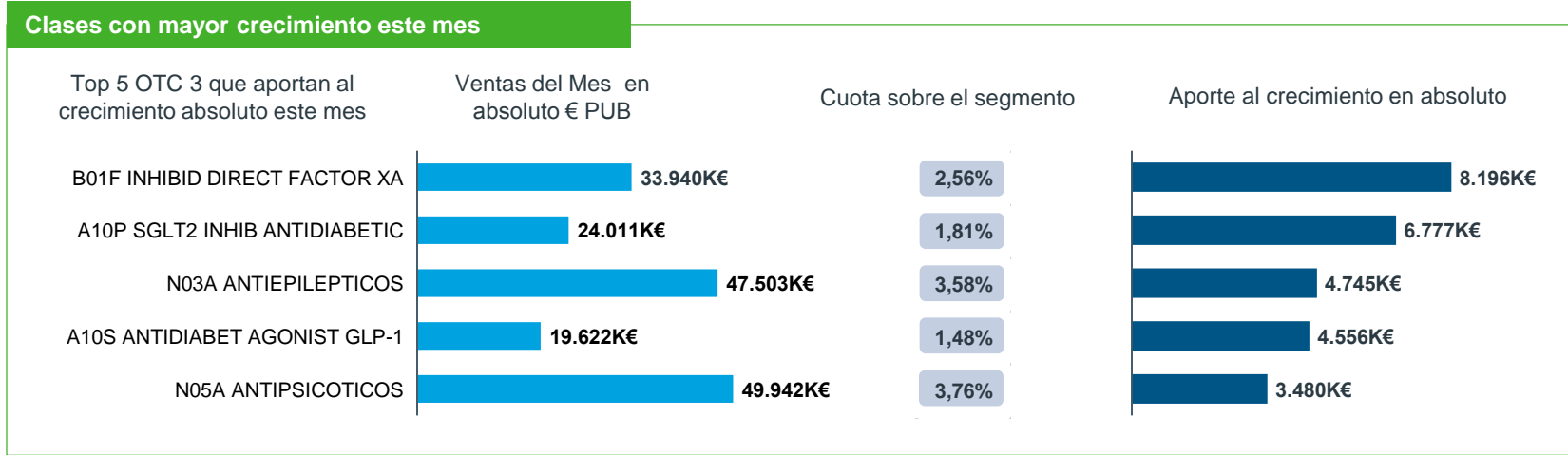
El mes de junio fue un mes con crecimientos negativos. Sin embargo, en julio, el mercado recupera la evolución positiva de comienzos de año siendo julio el mes con mayor crecimiento



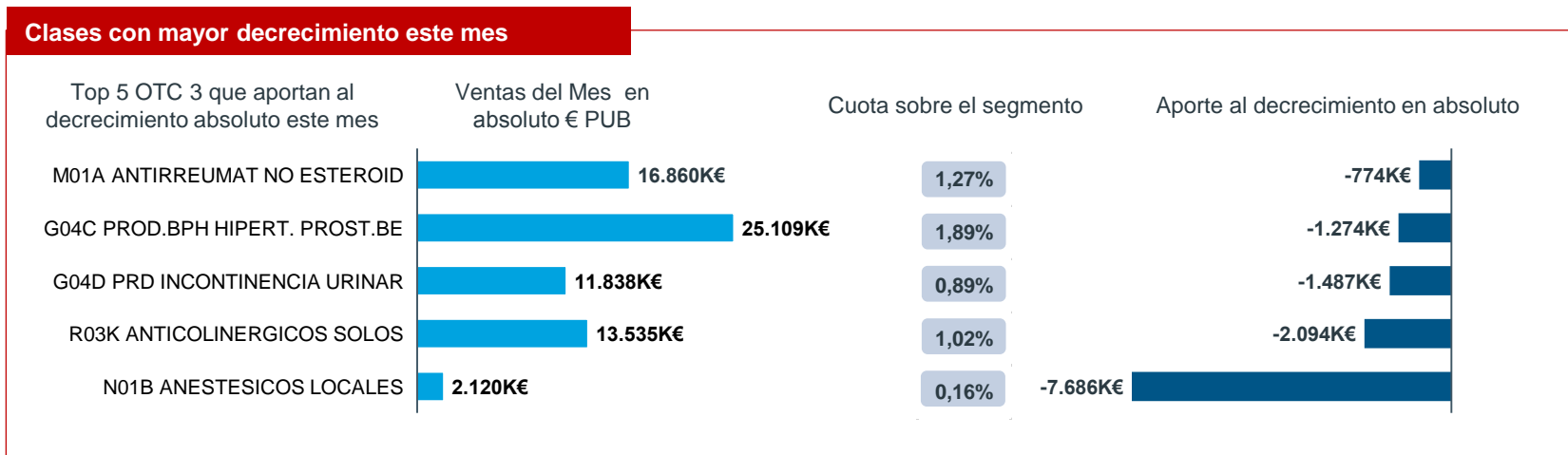
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los NACOs de tipo ‘xaban’ (clase B01F) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de julio, creciendo 8,2M€

La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la de anestésicos locales



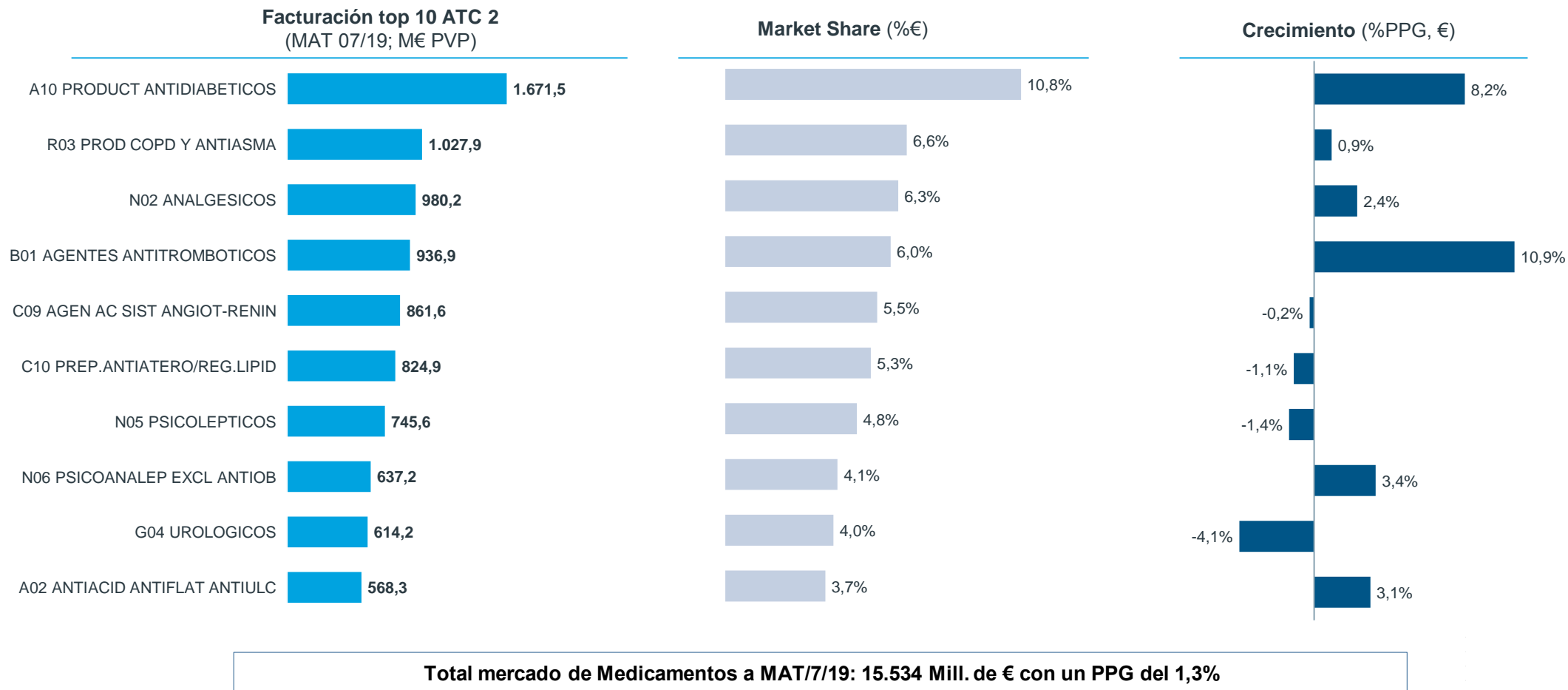
- Los **NACOs crecen 8,2M€**, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 3,6M€, seguido de Lixiana (2,4M€) y Xarelto (2,3M€).
- La **segunda clase con mayor aporte al crecimiento son los Antidiabéticos** inhibidores SGLT2 , su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Jardiance (1,9M€) y Synjardy (1,7M€).
- Los **antiepilépticos** aparecen en tercer lugar, siendo impulsado su aporte al crecimiento por Zebinix (1,2M€) y Vimpat (0,9M€).



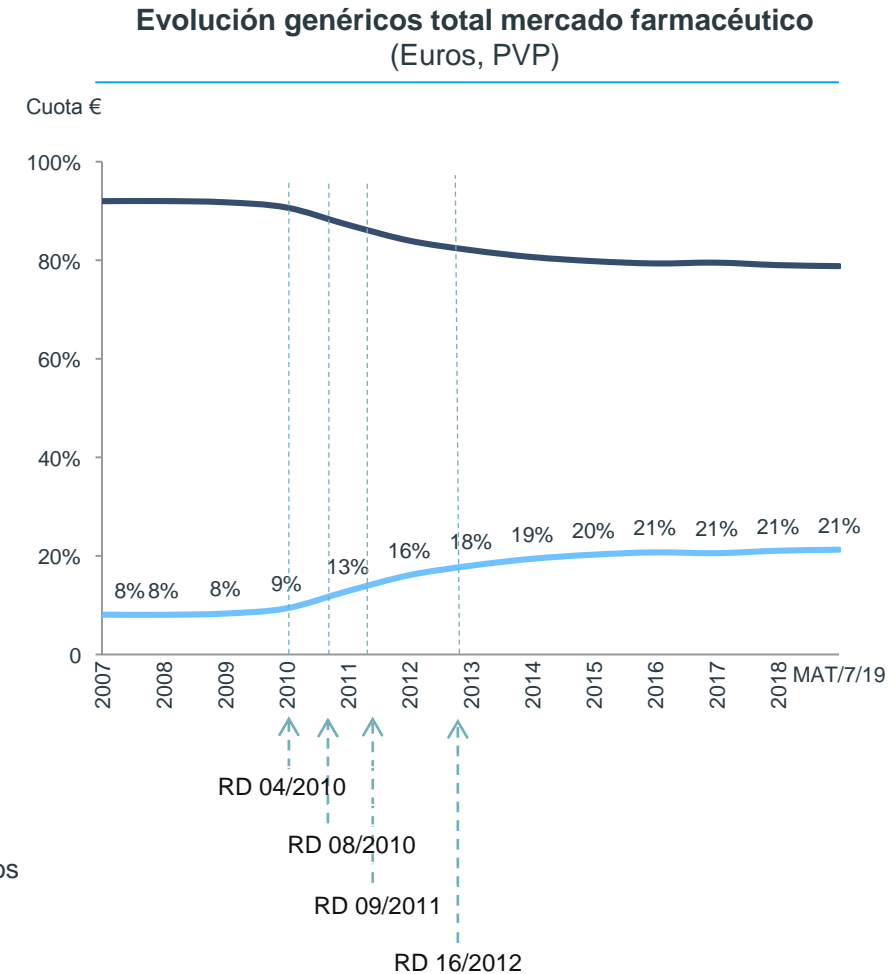
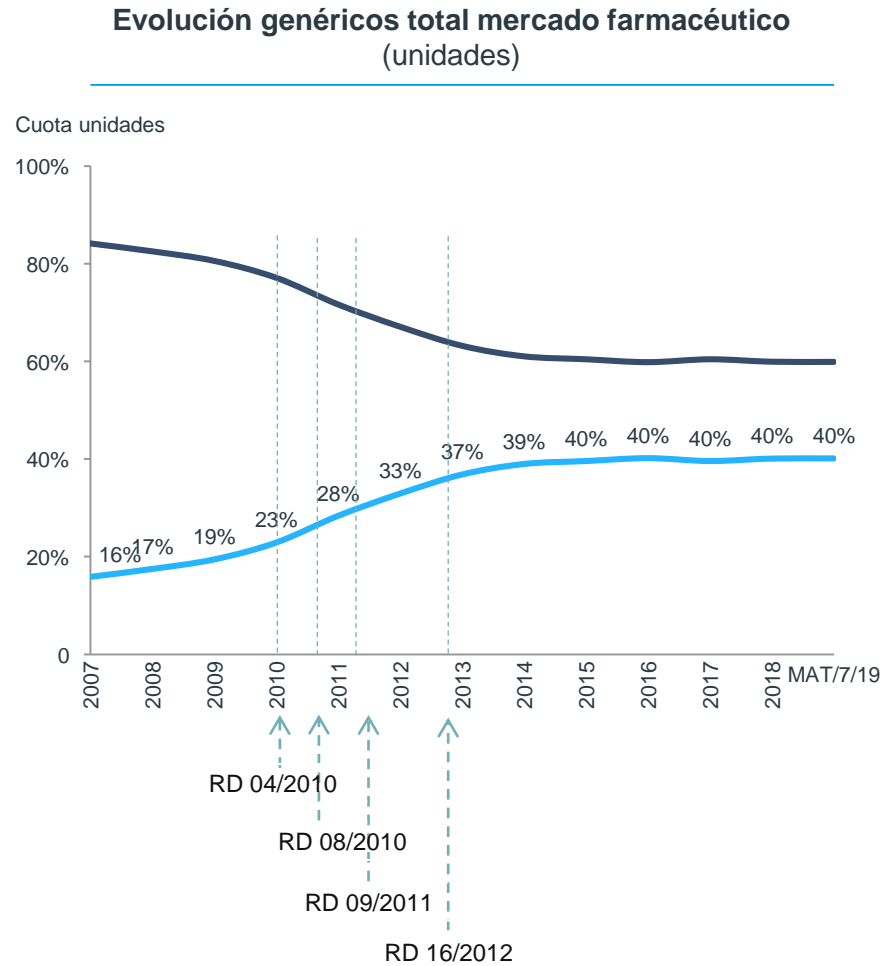
- Los **anestésicos locales es la clase que más contribuye al decrecimiento**, esta cifra negativa viene promovida por el producto Versatis. Para este producto se han cambiado las **condiciones de dispensación**, siendo necesario un **visado de inspección**.
- La **segunda clase que más contribuye al aporte al decrecimiento son los anticolinérgicos solos**, viene promovida por Spiriva18ug (-2,0M€). Este medicamento se vió afectado por una bajada de precio en Enero 2019.

Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases que más contribuyen al crecimiento positivo del mercado de medicamentos

Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase de Antihistamínicos (R06) (11,2%) y la de Antiepilépticos (N03) (7,3%)



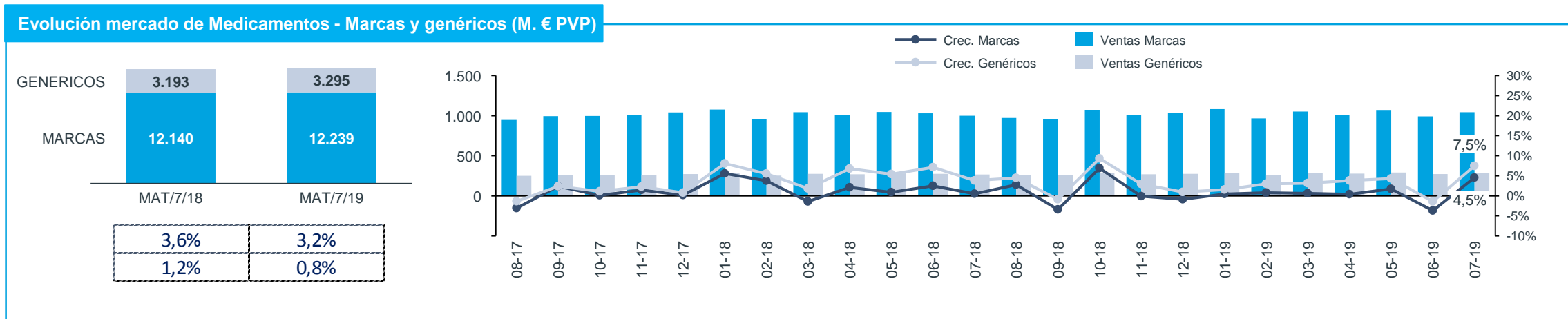
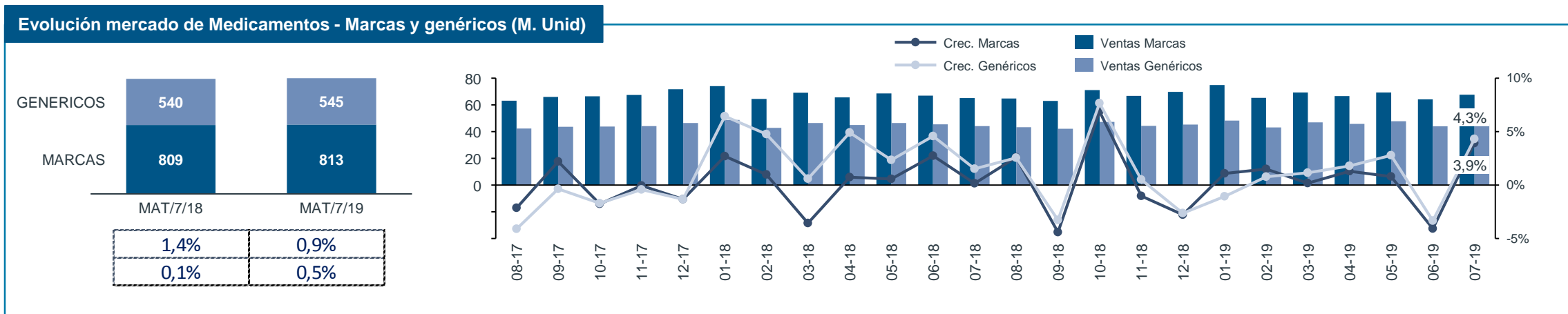
Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje baja hasta el 21% en valores



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

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

Este mes de julio revierte el decrecimiento de junio 2019, con crecimientos positivos tanto en unidades como en valores

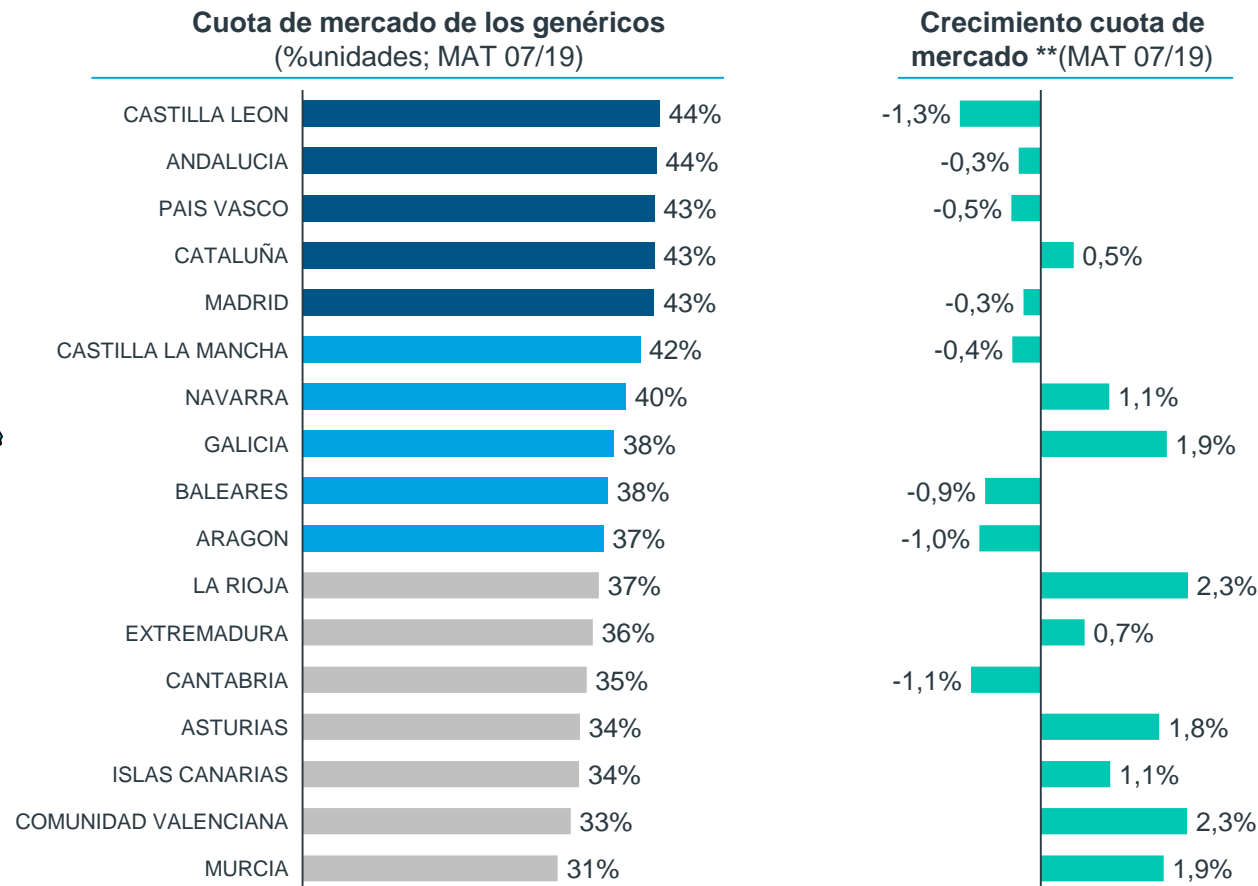
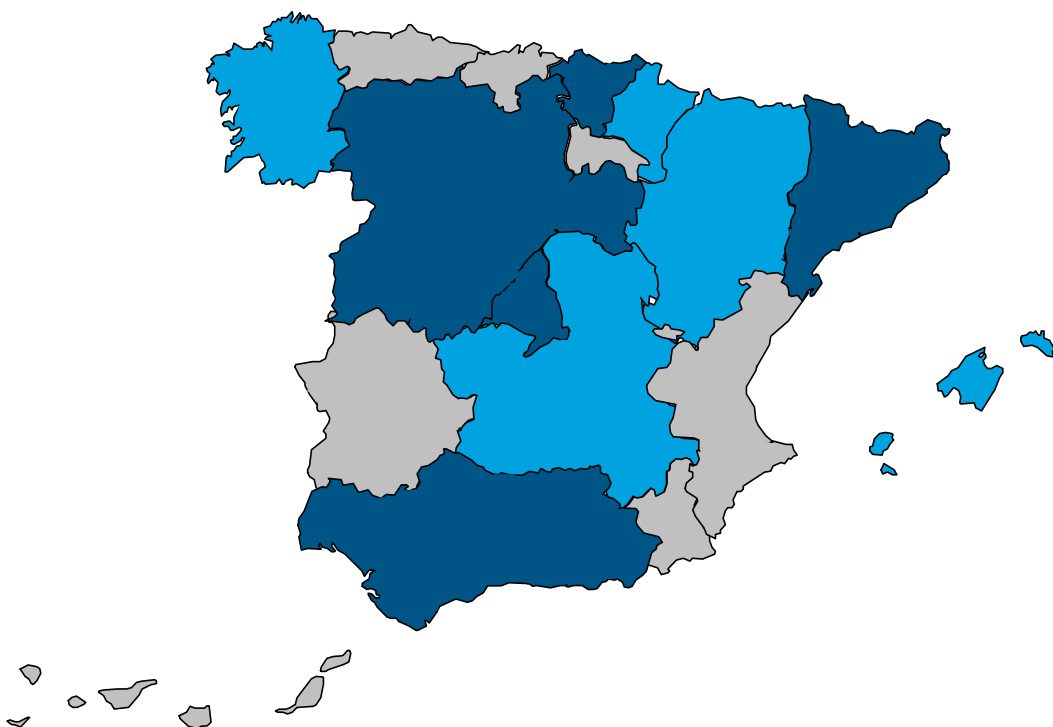


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

En el último año, Castilla y León junto con Andalucía, País Vasco, Cataluña y Madrid son las CCAA con mayor penetración de genéricos

No obstante, en Castilla y León, Andalucía, País Vasco, Madrid, Castilla y la Mancha, Baleares, Aragón y Cantabria el genérico ha perdido cuota de mercado frente al año anterior



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

*Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

**Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

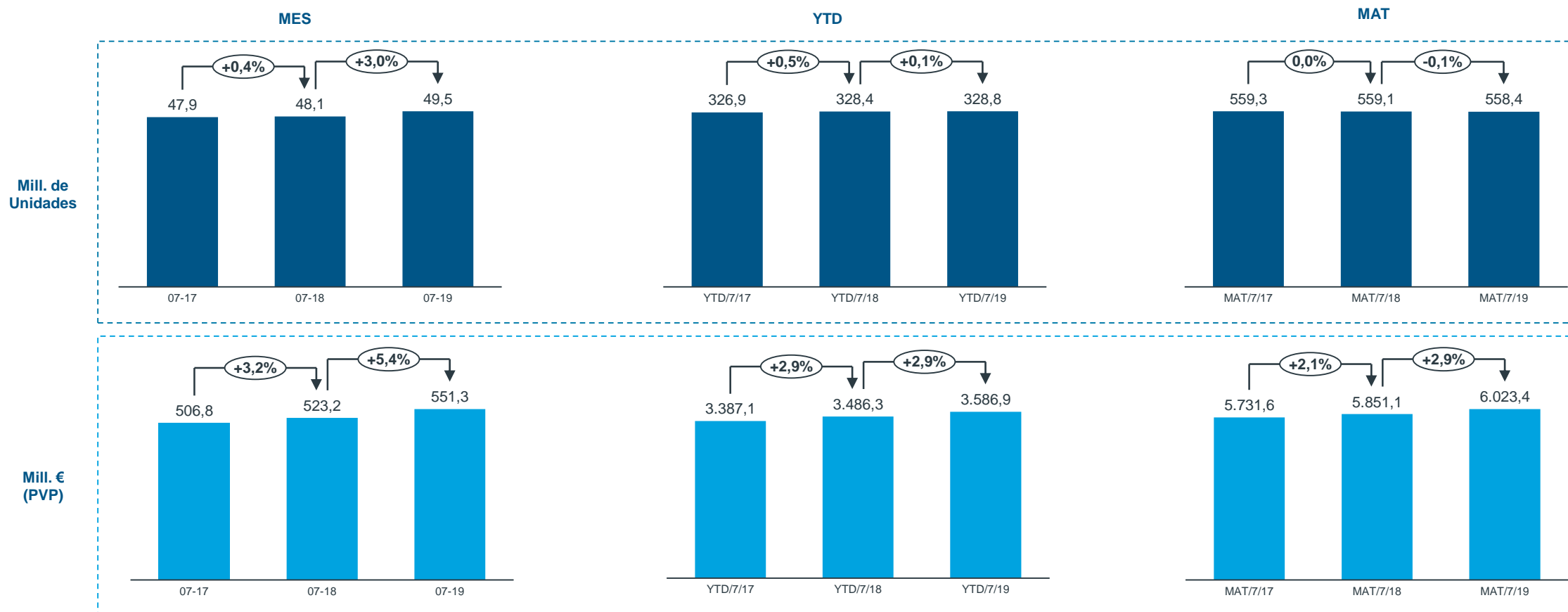
Índice

- + 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 de Productos Solares

En el acumulado del año, Consumer Health muestra una tendencia plana en volumen (-0,1%) aunque acelera su crecimiento en valores (+2,9%)

El mes de julio crece tanto en valores como en unidades vs el mismo mes del año anterior

Mercado de Consumer Health



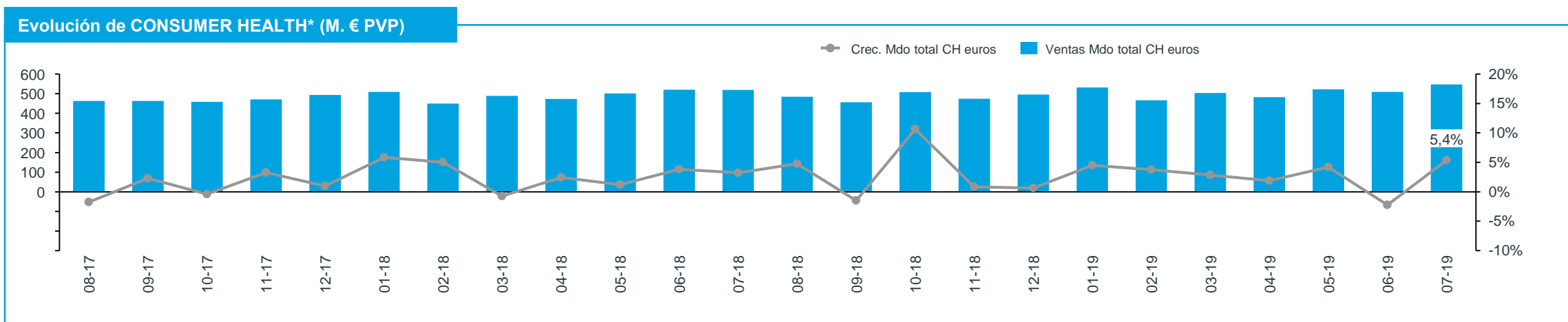
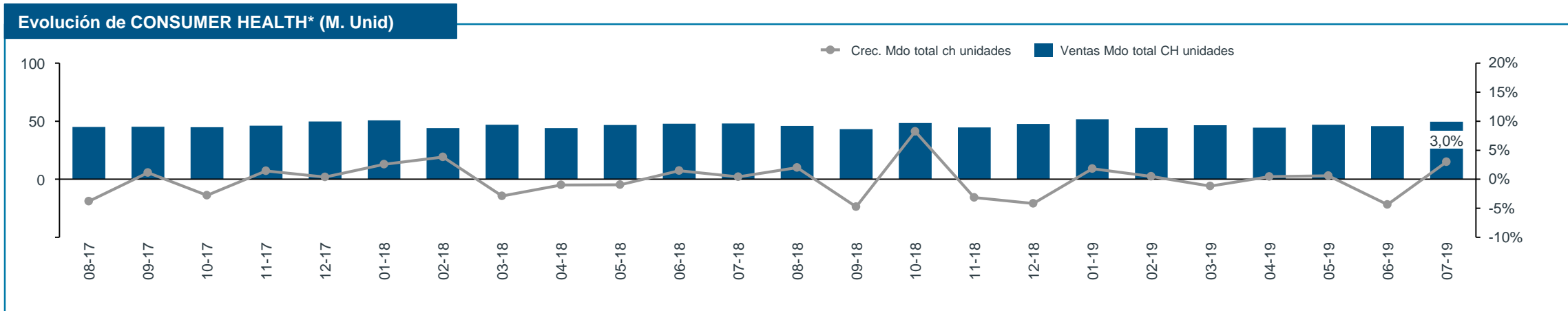
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de julio un +5,4% en valores y un +3,0% en unidades

El mes de junio fue un mes con crecimientos negativos también para el mercado de CH. Observamos que en el mes de julio se revierte ese valle de decrecimiento tanto en valores como en unidades

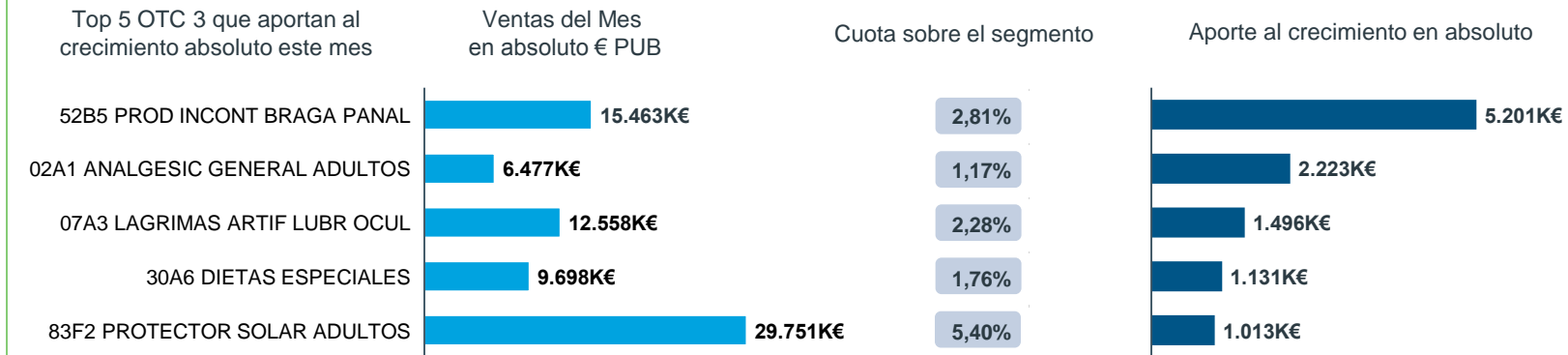


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de julio, 2 de las 5 clases que más aportan al decrecimiento son estacionales, siendo estas clases productos repelentes de insectos

Las clases que más frenan el crecimiento son clases de incontinencia y repelentes de insectos

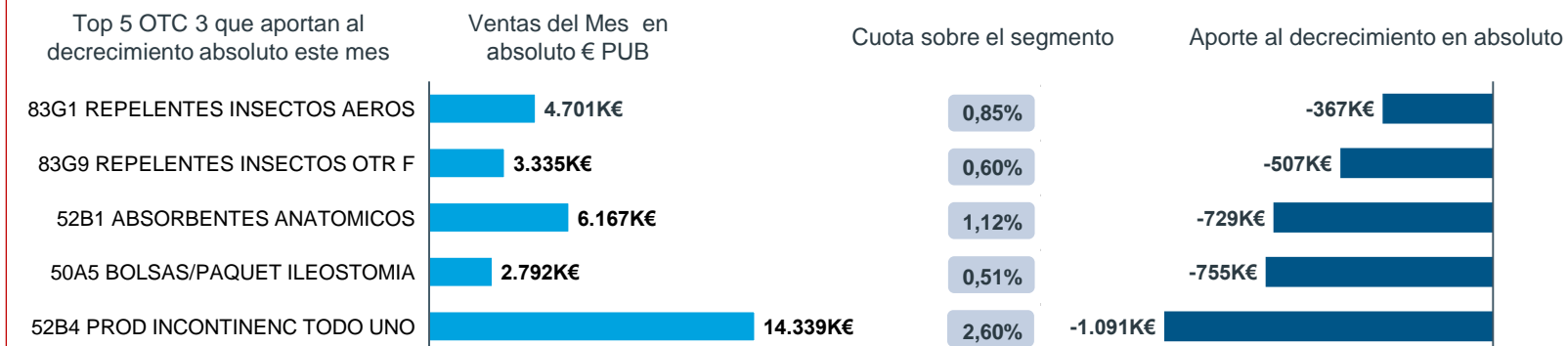
Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con más aporte al crecimiento es la clase de **Braga-Pañal (+5,2M€)**, gracias a la financiación de esta clase.

- La segunda clase con mayor aporte al crecimiento es la de **analgésicos generales de adultos (+2,2M€)**. Este aporte al crecimiento viene impulsado por los productos Espididol (0,8M€) y Gelocatil (0,5M€), medicamentos que no necesitan receta. Reflejándose así, la campaña de control de la dispensación de medicamentos sujetos a prescripción médica.

Clases con mayor decrecimiento este mes



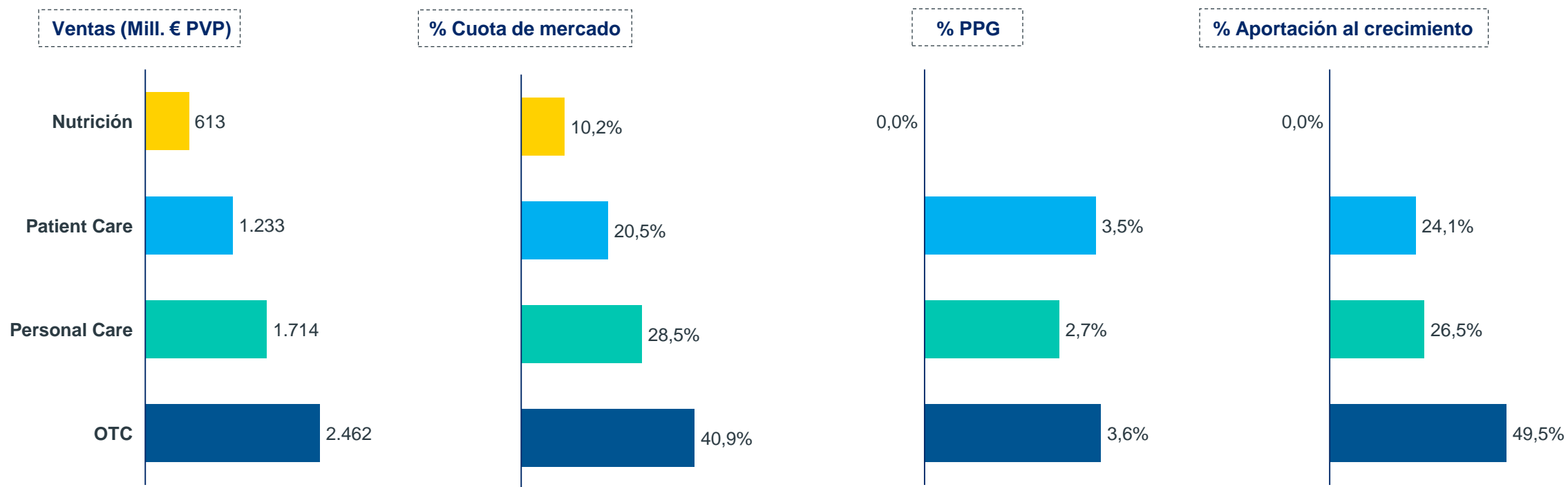
- Los **absorbentes anatómicos y los productos para incontinencia todo en uno** son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Conjuntamente, las dos clases de incontinencia decrecen más de 1,8M€.

- Dentro de las cinco **clases con más aporte al decrecimiento** en absoluto, aparecen dos clases de **repelentes de insectos** (-0,9M€). Son Goibi antimosquitos (-0,1M€) y Relec (-0,09M€) los productos que más impulsan este aporte al decrecimiento.

El 49,5% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición no revierte su tendencia pero consigue mantenerse plano

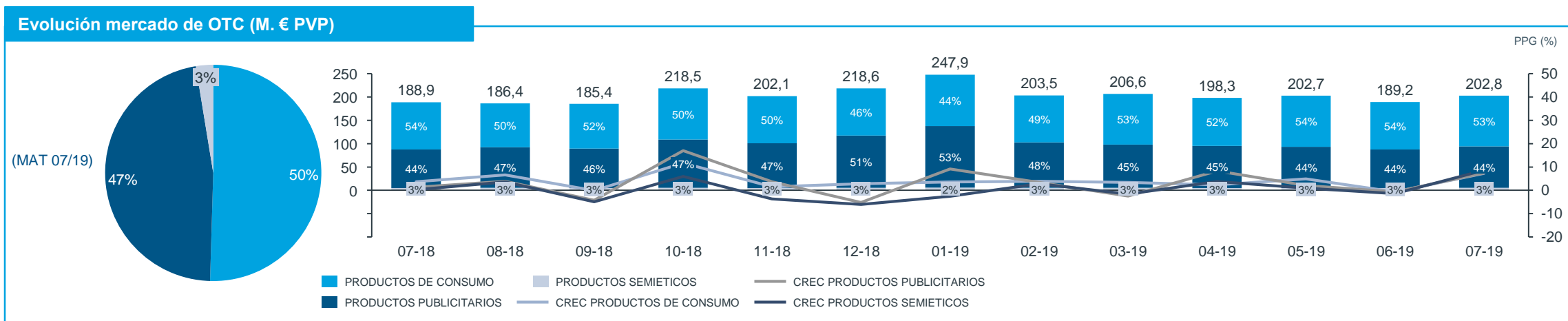
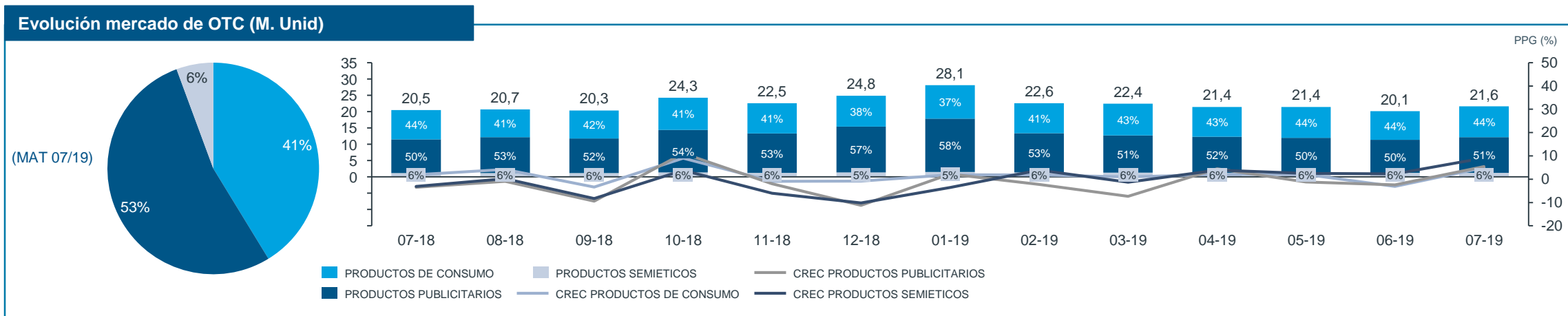
Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 07/2019)



Total mercado Consumer Health a MAT/7/19: 6.023 Mill. de € con un PPG del 2,9%

Dentro de la OTC, los productos semiéticos son los que presentan un mayor crecimiento durante el mes de julio (+8,6% en valor) respecto al año anterior

Todos los subsegmentos OTC (consumo, semiéticos y publicitarios) muestran una evolución positiva en valores y unidades para el mes analizado



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

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

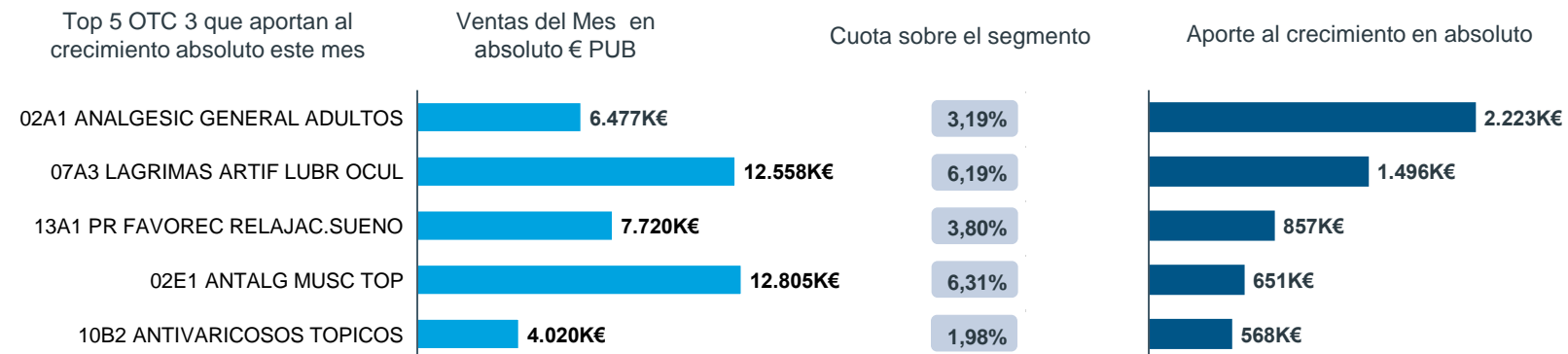
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

*Previous Period Growth

Los analgésicos generales para adultos aportan 2,2M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de julio

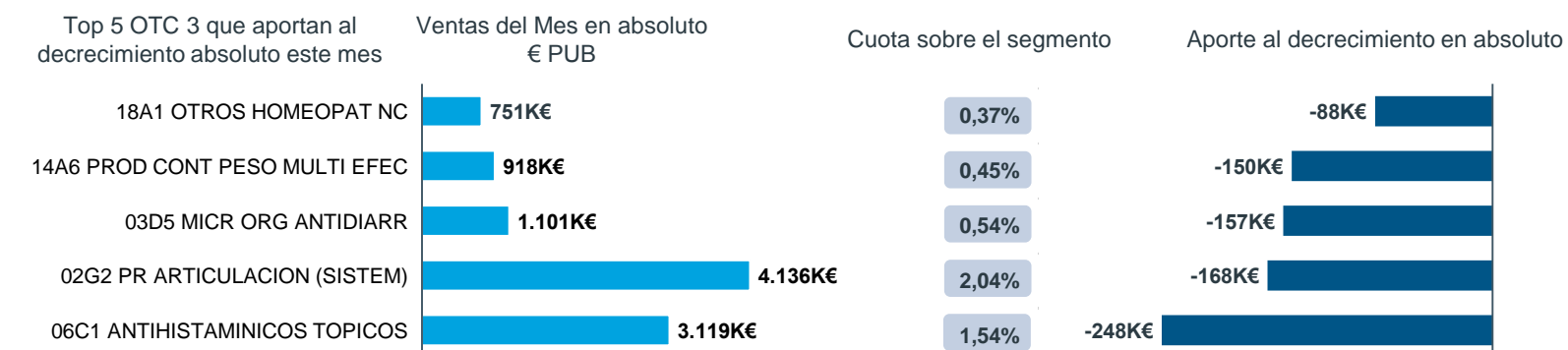
Decrecen los antihistamínicos tópicos y los productos para las articulaciones

Clases con mayor crecimiento este mes



- Con la campaña de control de la dispensación de medicamentos sujetos a prescripción médica que ha habido en los últimos meses, destaca en julio en el segmento de OTC, la **clase de analgésicos generales adultos** como la clase que más aporta al crecimiento..
- Seguimos viendo crecimientos positivos en la clase de **Lágrimas artificiales y lubricantes oculares**. En esta clase, observamos que **los top 5 productos crecen**, haciéndolo Systane e Hylo-gel a doble dígito.

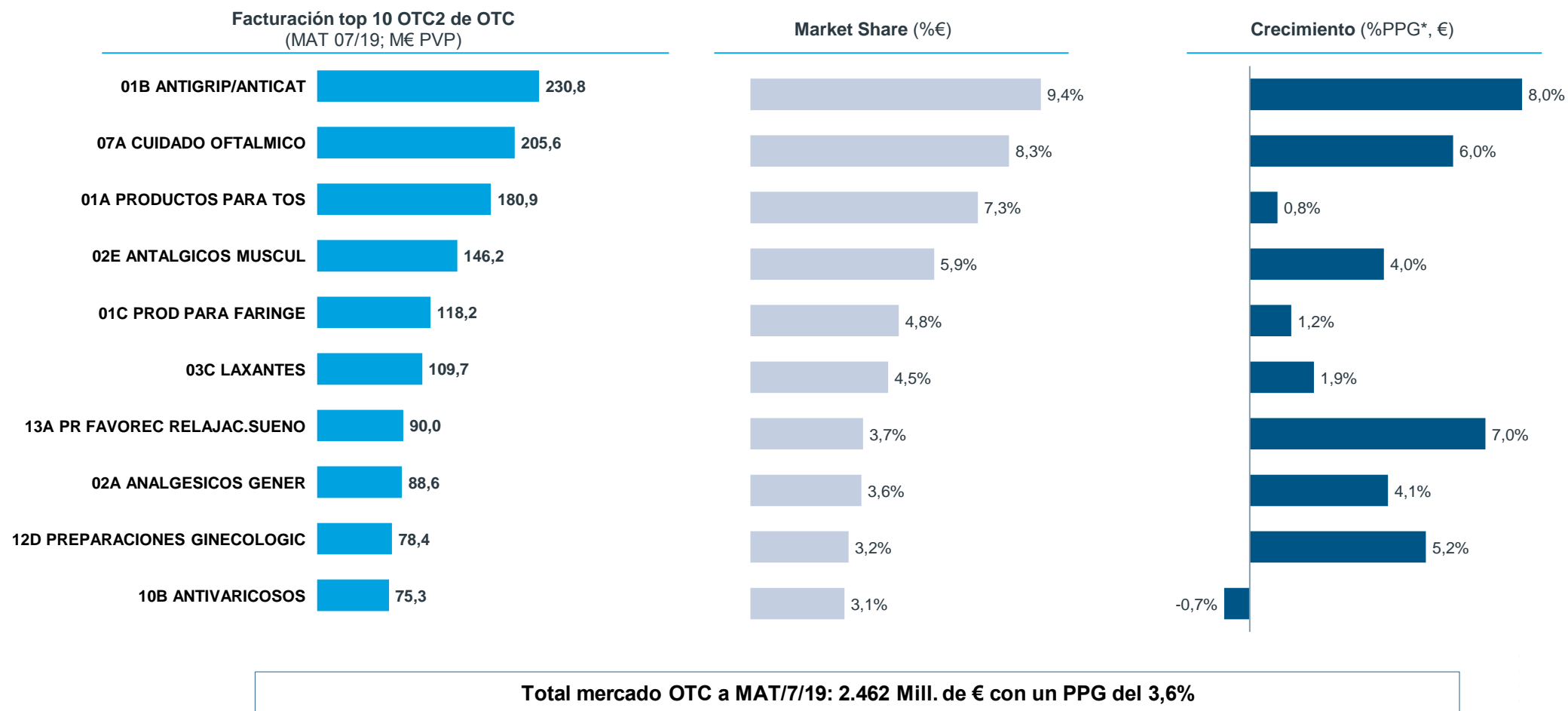
Clases con mayor decrecimiento este mes



- La clase que más aporta al decrecimiento del segmento de OTC en el mes de julio es **antihistamínicos tópicos**. Influyendo principalmente en la aportación a este decrecimiento el producto por Fenistil (-0,2M€)
- Los **productos para las articulaciones** es la **segunda clase que más aporta al decrecimiento**, siendo el principal driver de esta tendencia en esta categoría una de las referencias de **Epaplus**.

En los últimos 12 meses, 9 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los productos Antivaricosos los únicos que decrecen

3 de las Top 10 categorías pertenecen al mercado del frío



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

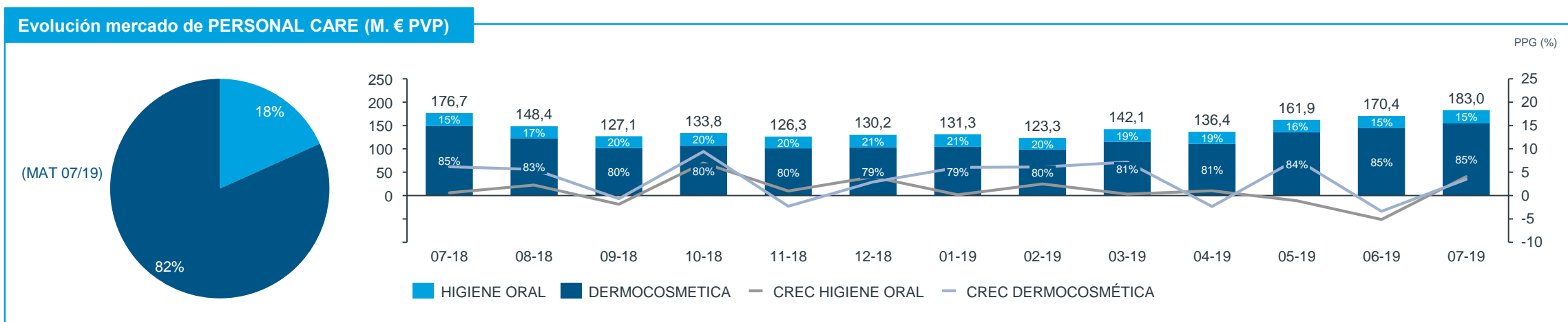
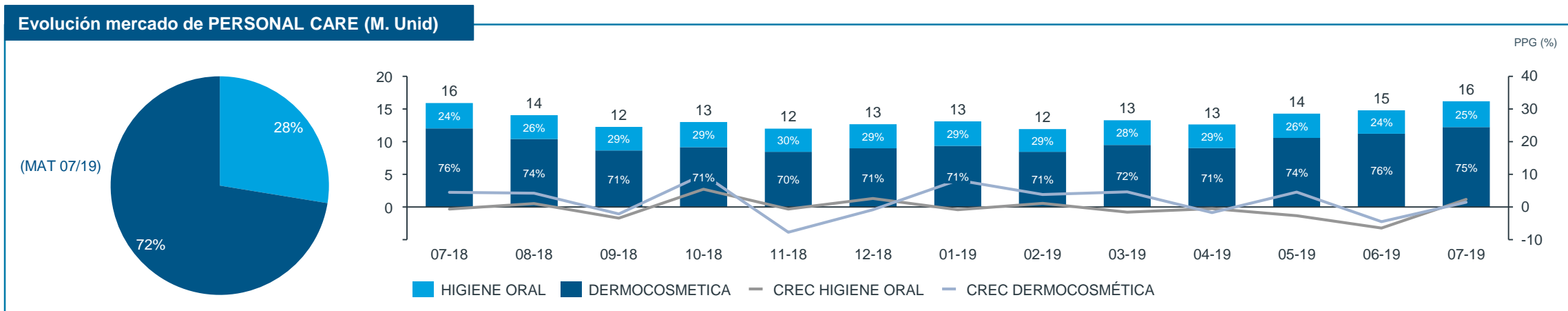
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

Cuidado Personal muestra tendencias positivas tanto en valores como en unidades para el mes de julio

El segmento de higiene oral crece un +2,4% en unidades frente al mismo periodo del año anterior y dermocosmética un +1,5%



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

Las clases con mayor decrecimiento en el mes de julio son las clases de repelentes para insectos, que caen 0,9M€

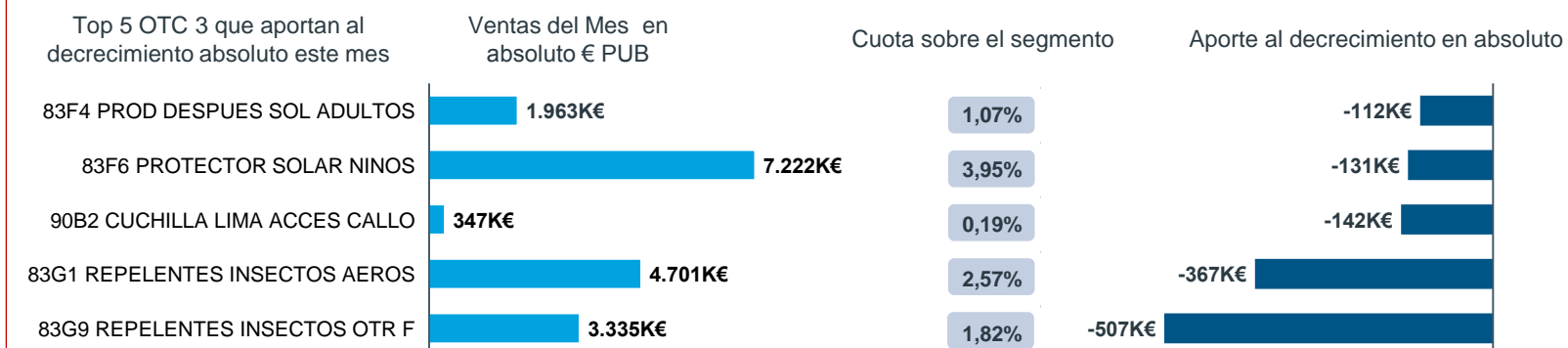
4 de las 5 clases con mayor aporte al crecimiento pertenecen al segmento de Dermocosmética

Clases con mayor crecimiento este mes



- En el mes de julio, **la clase que más aporta al crecimiento es la de protectores solares de adultos**. Isdin y Cantabria Labs son los dos players con mayores crecimientos en absoluto, aportando más de 1,5M€.
- **La categoría productos faciales antiedad-antiarrugas mujer** sigue siendo de las top categorías con mayor aporte al crecimiento, siguiendo las tendencias de los meses anteriores. Destaca por sus crecimiento a triple dígito el laboratorio **Ozoaqua**

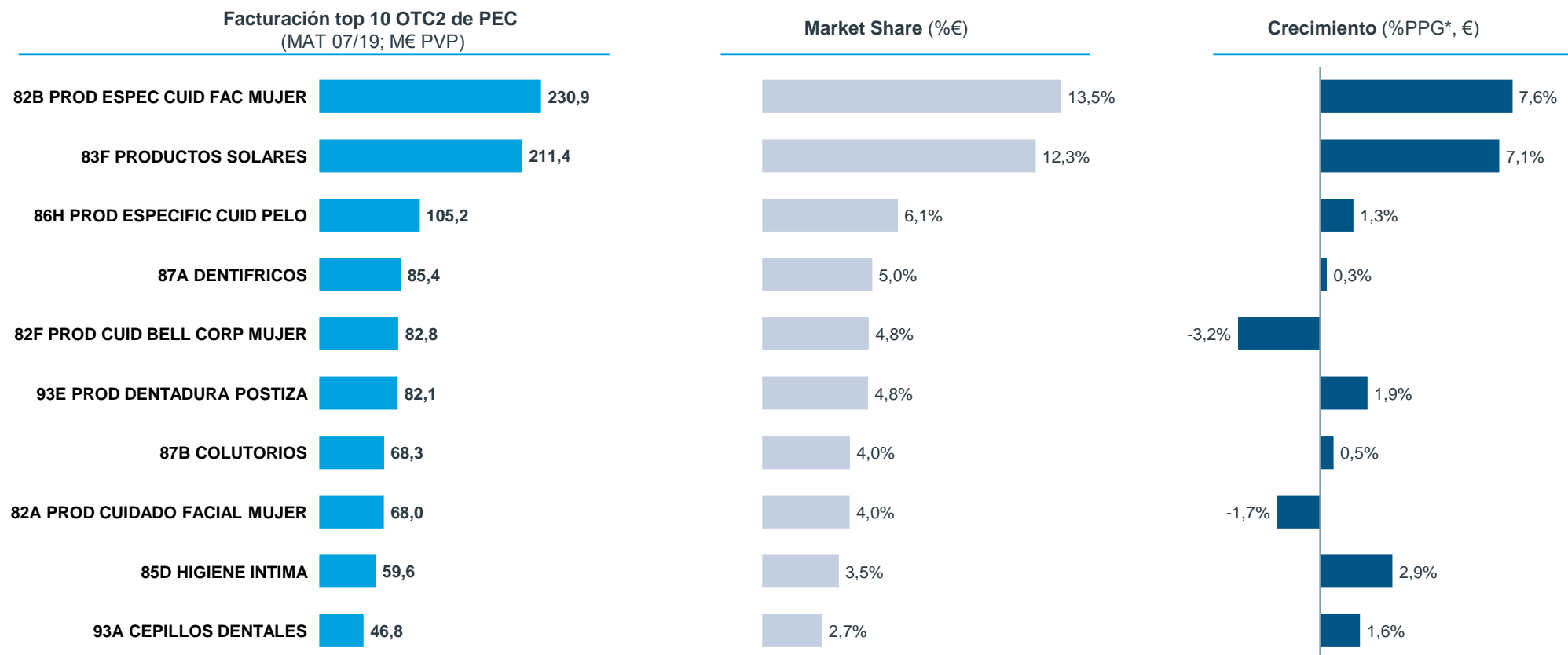
Clases con mayor decrecimiento este mes



- De las clases que más decrecen en el segmento PEC, **2 de ellas son de repelentes de insectos**.
- Las clases de **protector solar de niños y productos para después del sol para adultos** a pesar de estar en periodo estival, están dentro de las 5 clases que más aportan al decrecimiento en el segmento PEC. Este mes de julio ha sido más caluroso pero con más precipitaciones que el mismo periodo del año anterior.

En los 12 últimos meses, 8 del Top 10 clases de PEC crecen, siendo los productos para el cuidado facial de la mujer y los solares los que más crecen

En la categoría de solares observamos crecimientos para 4 de las top 5 brands, y 3 de ellas a doble dígito



Total mercado PEC a MAT/7/19: 1.714 Mill. de € con un PPG del 2,7%

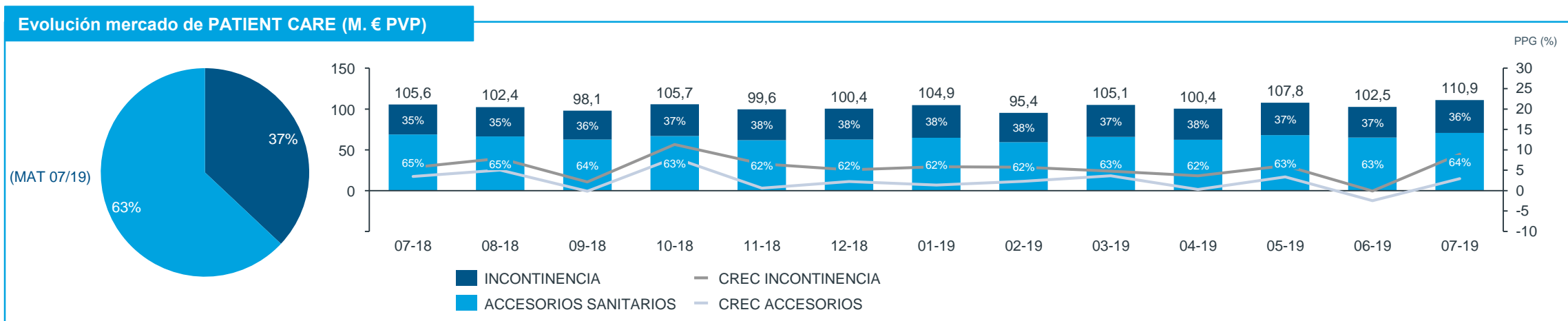
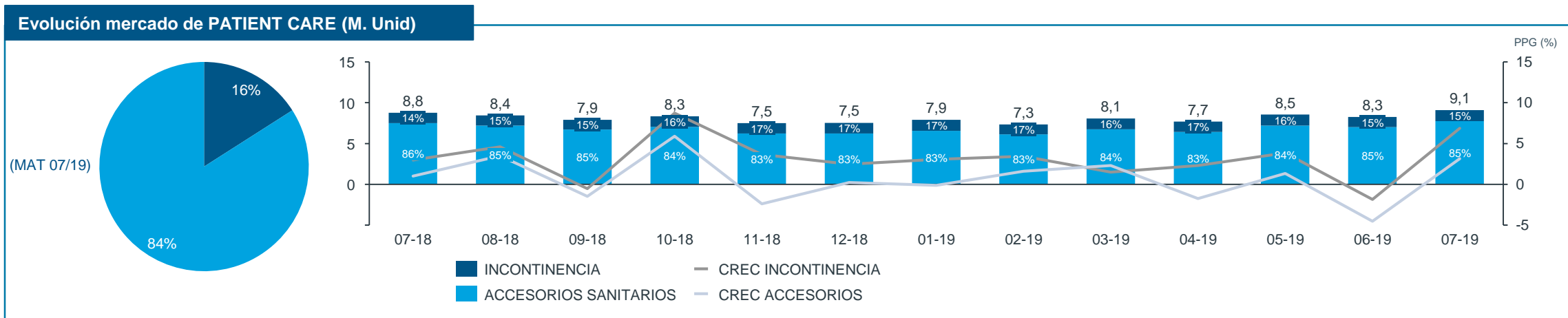
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 63% 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

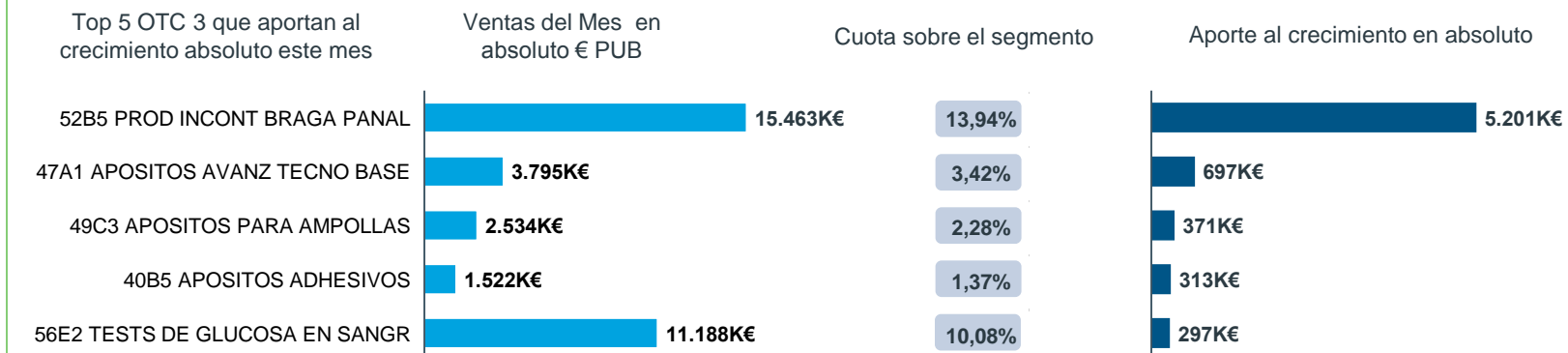


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En el mes de julio, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal aportan 5,2 M€ al crecimiento del segmento PAC

Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca de 1,1M€, frenando el crecimiento de PEC

Clases con mayor crecimiento este mes



- En julio, la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC sigue siendo 52B5 con **Productos para la incontinencia Braga Pañal, creciendo 5,2M€**. Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Indas, Essity, Bimedica, Hartman y Ontex ID). Todos ellos muestran crecimientos superiores al 20%, esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

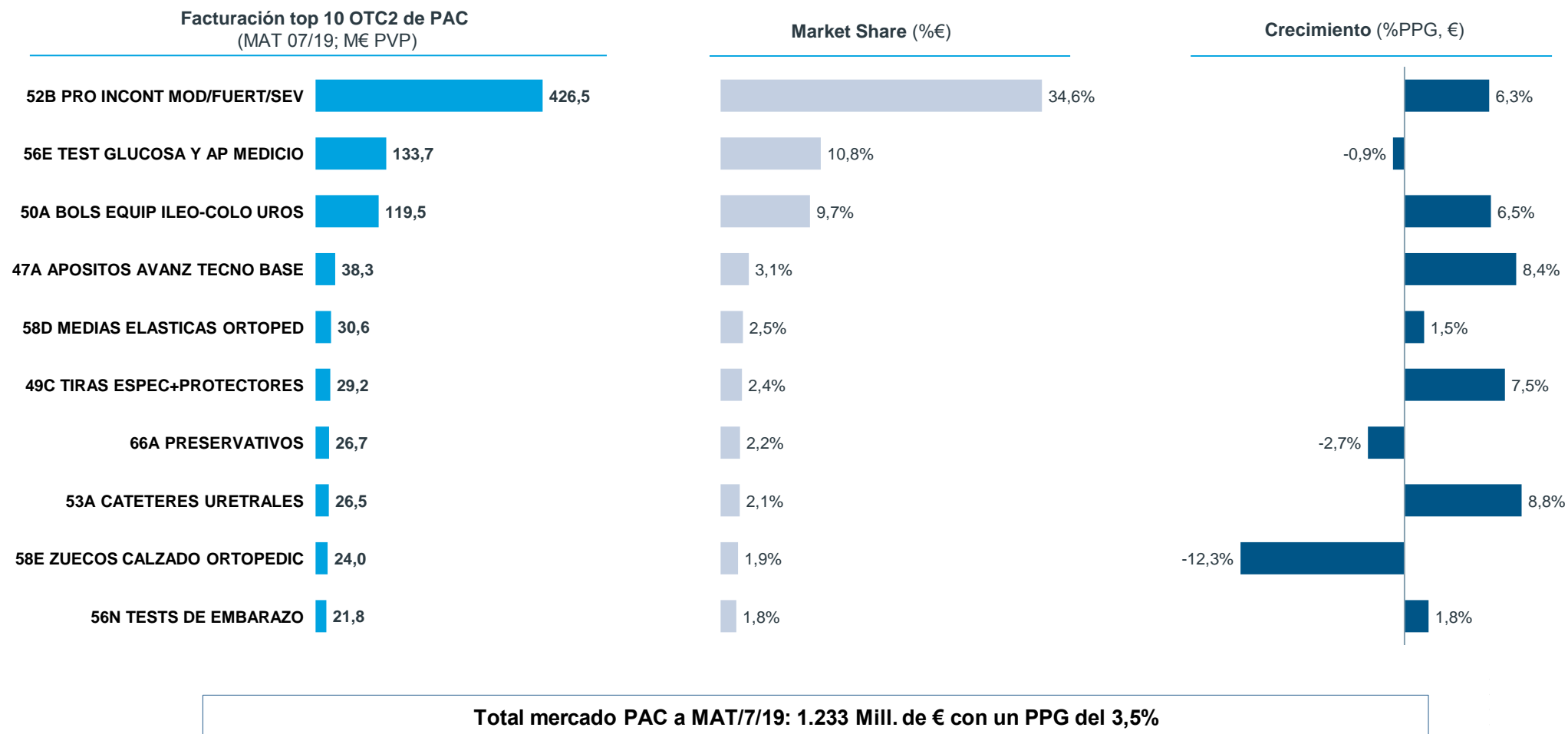
Clases con mayor decrecimiento este mes



- Decrecen 1,1M€ 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 tercera clase con mayor aporte al decrecimiento es la de **Absorbentes anatómicos** y cae un -10,6%, 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 (34,6%) y también la que más aporta a este mercado (25,4 M€)

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



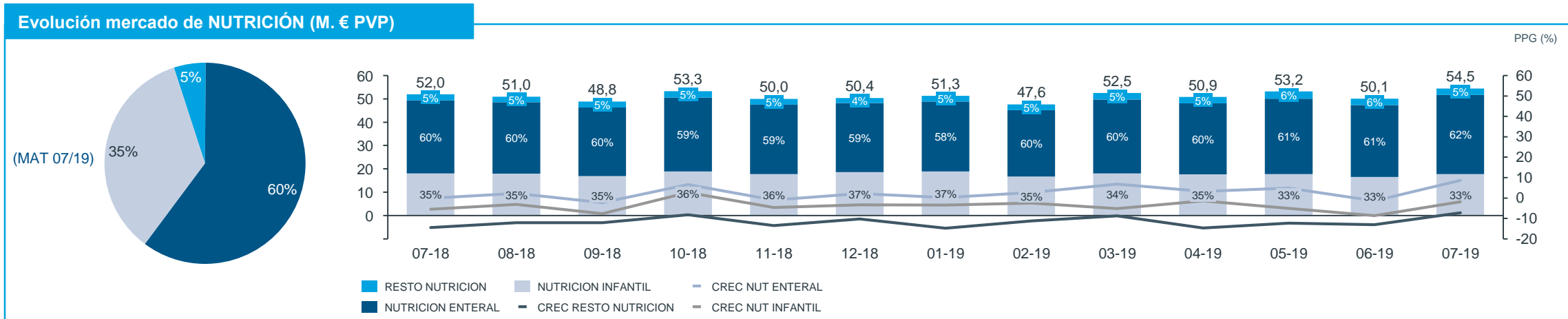
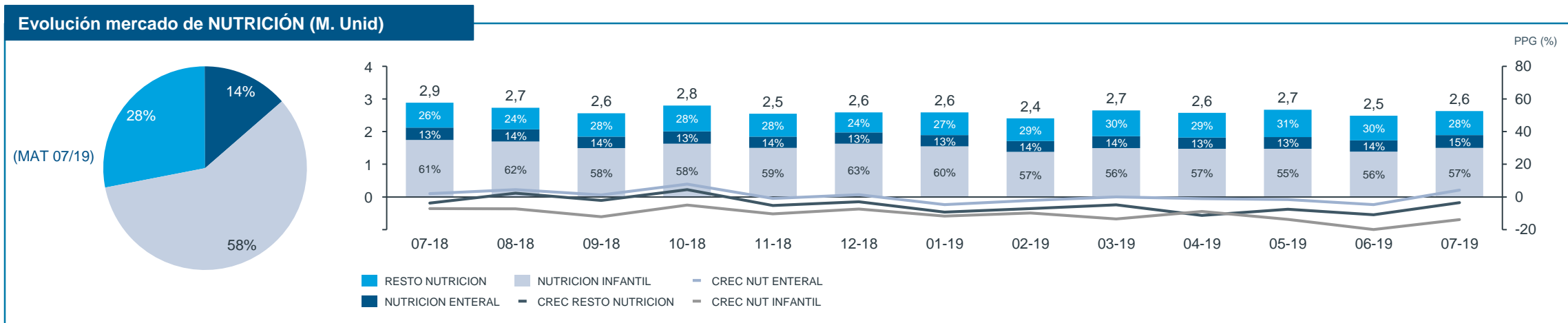
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

La tendencia plana del mercado de nutrición en los últimos 12 meses se debe a que nutrición infantil y resto nutrición decrecen y nutrición enteral crece

En julio 2019, nutrición enteral crece un +8,7%; nutrición infantil decrece -1,8% y el resto nutrición crece un +2,2% en valores

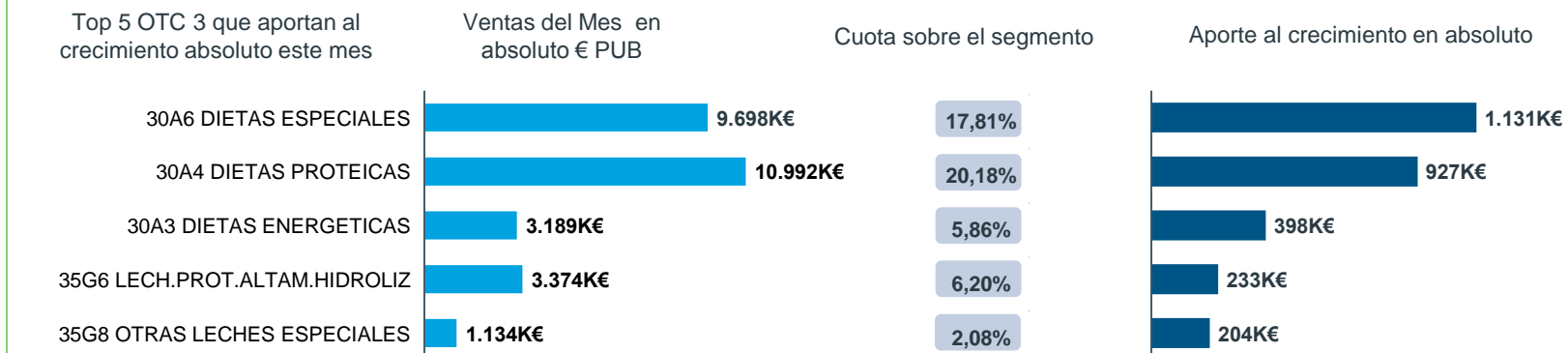


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En julio, 3 de las clases con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral

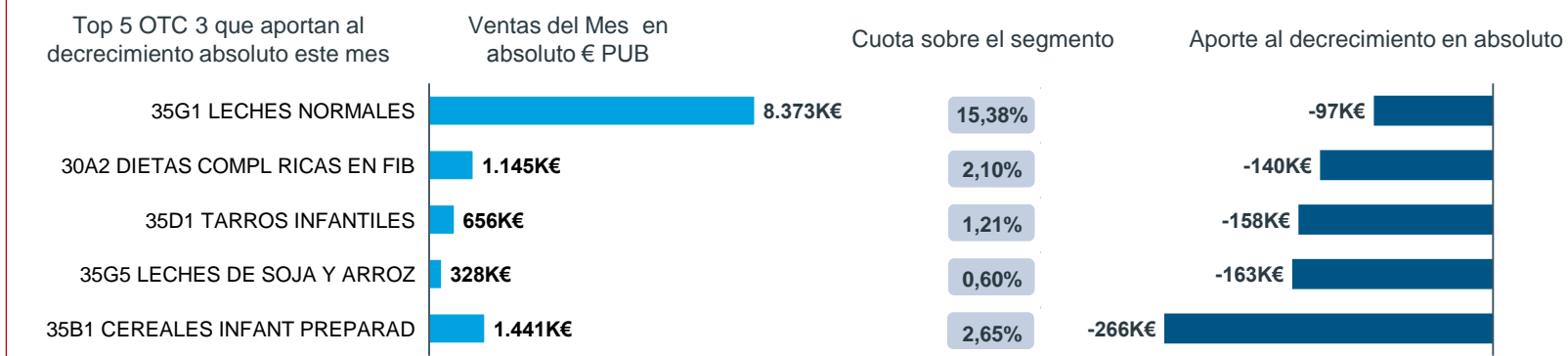
Decrecen los cereales y tarros infantiles, así como las leches normales en el canal de farmacia, entre otras

Clases con mayor crecimiento este mes



- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~2,0M€** en el mes de julio, en estas clases vemos que **los top 5 laboratorios muestran evolución positiva. En este top 5 laboratorios**, Persan y Adventia destacan creciendo a doble dígito en ambas clases.
- En la clase de **leches proteicas altamente hidrolizadas destacan Alter, Ferrer y Nestle** con crecimientos a doble dígito, superiores al % para este mes.

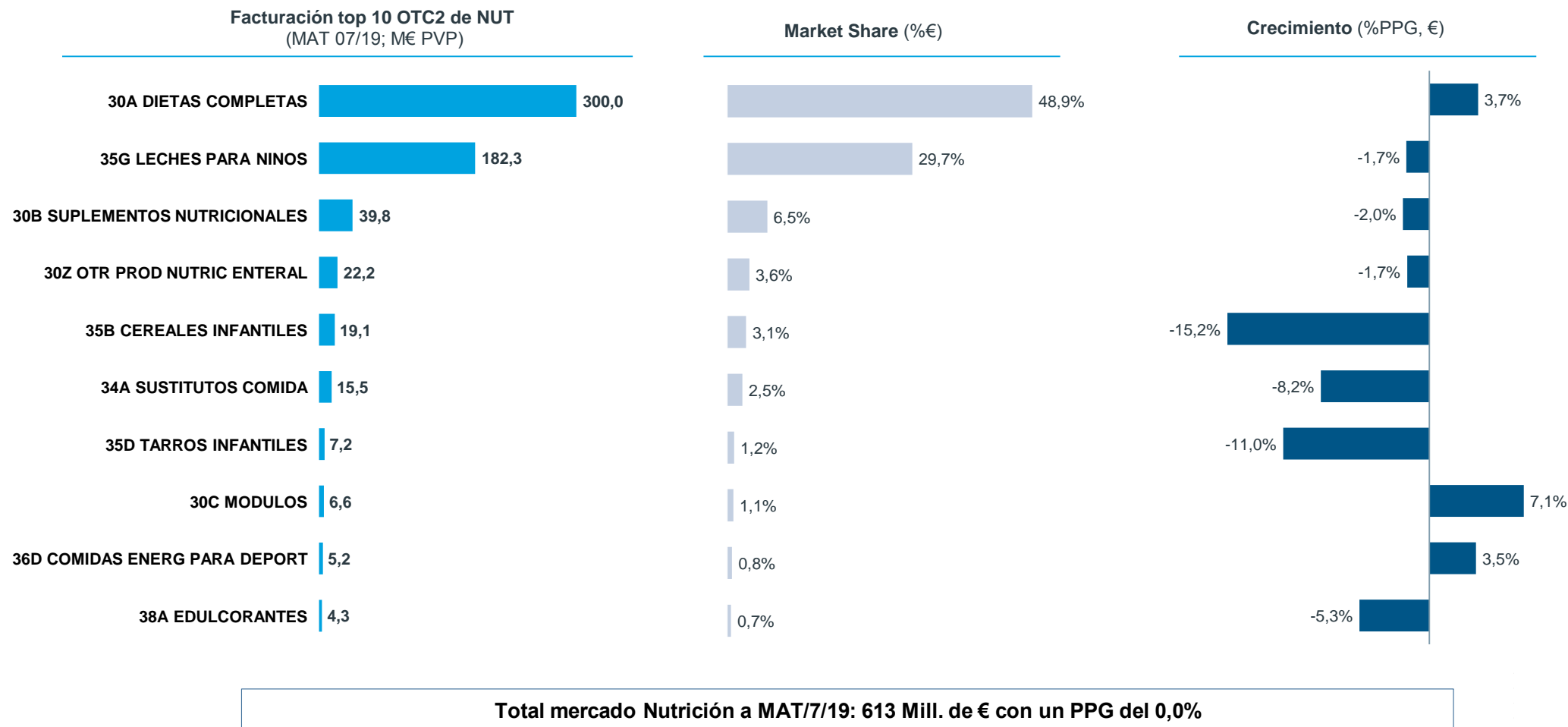
Clases con mayor decrecimiento este mes



- En la clase de **Cereales infantiles** preparados vemos una **caída generalizada de los diferentes laboratorios**: Ordesa, Alter, Nestle, Numil y Hero lo hacen a doble dígito.
- El mercado de **Leches normales** está muy concentrado y los top 5 laboratorios concentran más del 90% del mercado. **4 de los 5 players caen**, siendo Nestle el único que crece para este segmento.

El mercado de nutrición se mantiene plano, siendo la categoría de cereales infantiles la que más decrece (-15,2%, -3,4M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (48,9%) y evolución positiva (+11M€)



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 de Productos Solares**

Productos Solares



Importancia de una buena protección solar

Una buena protección solar retrasa el envejecimiento de la piel, evita la aparición de manchas y previene frente al cáncer de piel

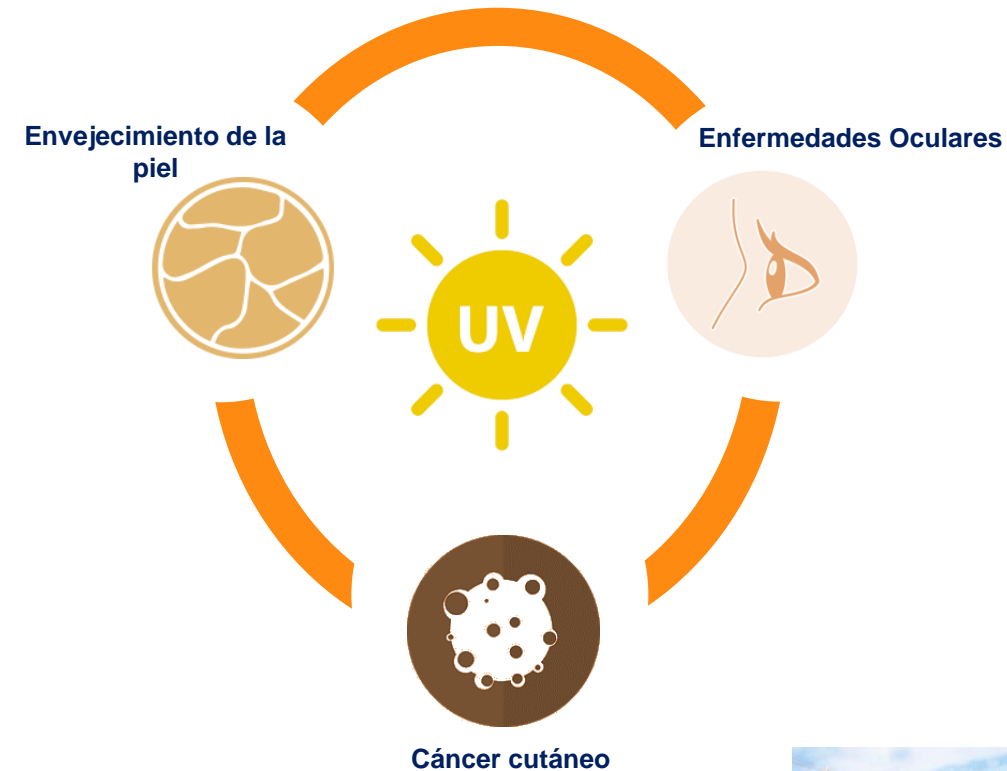
Radiación ultravioleta: Beneficios y riesgos

Las radiaciones ultravioleta (UV) son radiaciones electromagnéticas con longitudes de onda entre 100 y 400nm.

- **BENEFICIOS:** En cantidades pequeñas, son beneficiosas para la salud y desempeñan una función esencial en la producción de vitamina D.
- **RIESGOS:** la exposición excesiva a ellas se relaciona con diferentes tipos de cáncer cutáneo, quemaduras de sol, envejecimiento acelerado de la piel, cataratas y otras enfermedades oculares. También se ha comprobado que estas radiaciones disminuyen la eficacia del sistema inmunitario

Medidas frente a la exposición solar

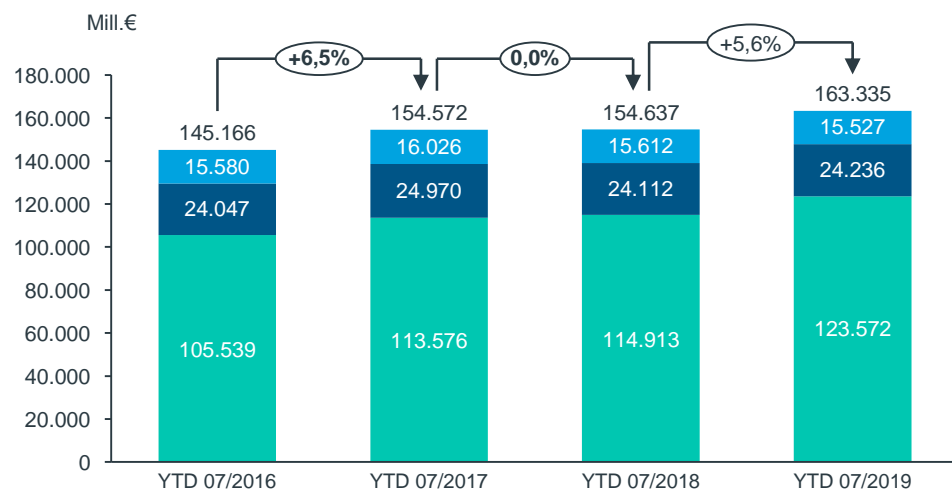
De acuerdo con la OMS, la mejor protección frente al sol es la sombra, las gafas de sol, las prendas de vestir y los sombreros. Además, es necesario aplicarse una crema con filtro solar en las partes del cuerpo que quedan al descubierto, como el rostro y las manos.



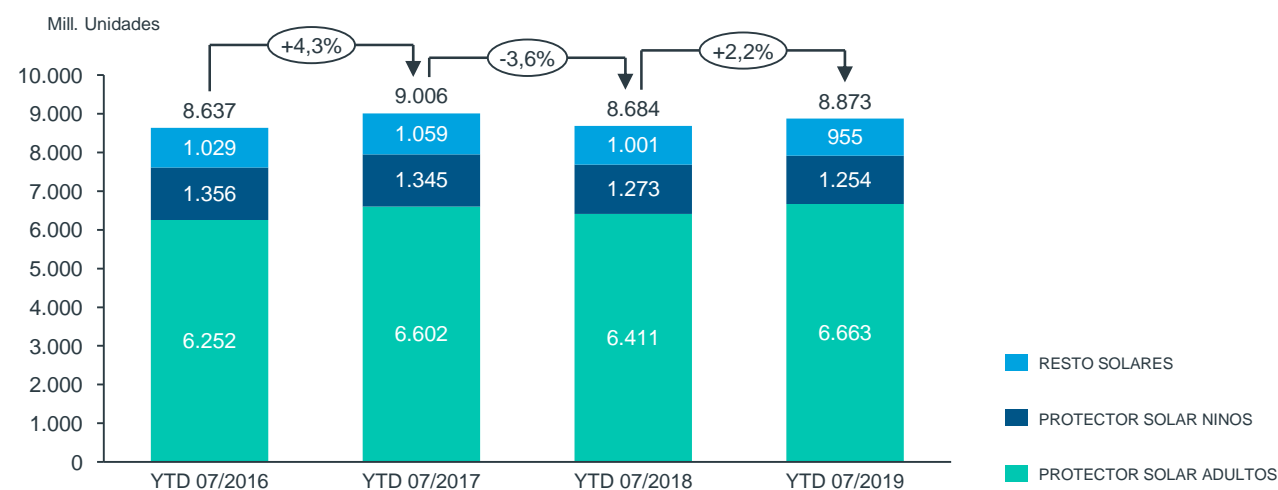
El mercado de Productos Solares crece en unidades un +3,4% y en valores un +7,1% en el último MAT

Debido al aumento de precios el crecimiento es mayor en valores que en unidades. En los últimos 6 meses, el mercado de solares ha presentado decrecimientos en unidades sólo ende Abril (-0,22%) y Julio (-1,13%)

Evolución del Mercado de solares (Mil. € PVP, YTD 07/2019)



Evolución del Mercado de solares (Mil. UDS, YTD 07/2019)



	€ PVP		UDS VENDIDAS	
	%PPG YTD 07/18	%PPG YTD 07/19	%PPG YTD 07/18	%PPG YTD 07/19
SOLAR ADULTOS	+1,18%	+7,54%	-2,90%	+3,94%
SOLAR NIÑOS	-3,44%	+0,52%	-5,41%	-1,46%
RESTO SOLARES	-2,58%	-0,54%	-5,50%	-4,56%

Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES (Unidades y € PVP)

*Resto Solares: solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros

%PPG: Crecimiento vs periodo anterior

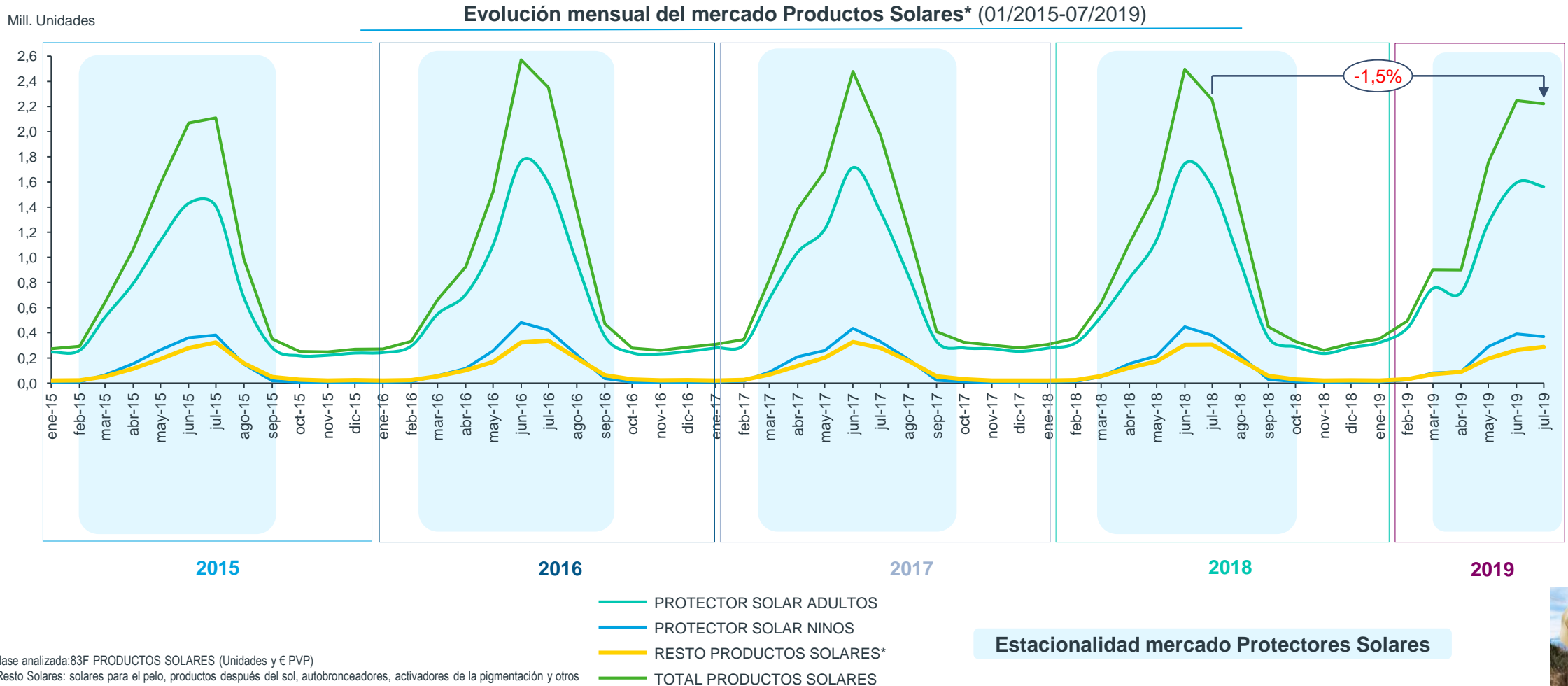
%Market Share (%MS): Cuota de mercado para el periodo analizado

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias



El mercado de Productos Solares presenta una evidente estacionalidad en sus ventas desde febrero hasta el mes de septiembre

Este mes de julio se han vendido 2,22M de unidades, 41,5M € vs el año pasado que fue un julio más favorable en volumen para este mercado (2,25M de unidades, 40,6M €)



Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES (Unidades y € PVP)

*Resto Solares: solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros

%PPG: Crecimiento vs periodo anterior

%Market Share (%MS): Cuota de mercado para el periodo analizado

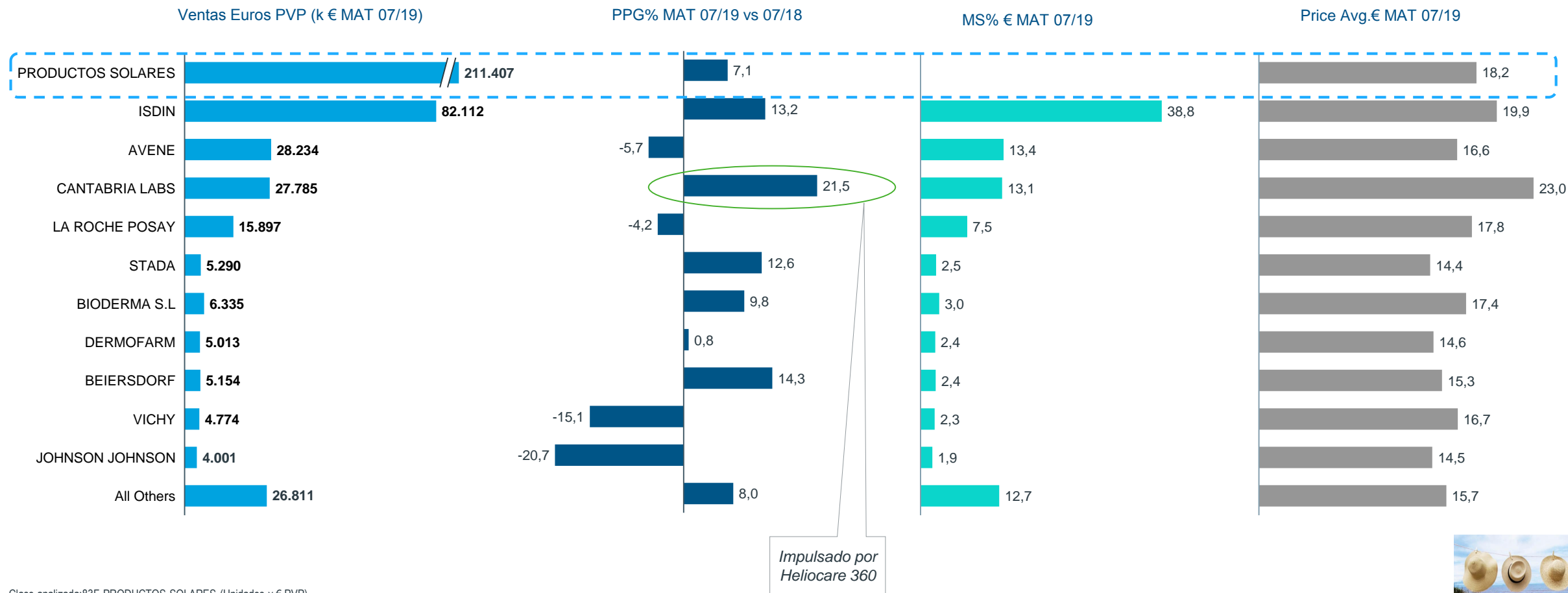
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

Estacionalidad mercado Protectores Solares



Ranking de los diez laboratorios que más facturan en el mercado a MAT 07/19

Mercado concentrado donde cuatro laboratorios hacen el 72% del mercado. Dentro del top 5 laboratorios, Avene y La Roche Posay tienen crecimientos negativos.



Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES (Unidades y € PVP)

*Resto Solares: solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros

%PPG: Crecimiento vs periodo anterior

%Market Share (%MS): Cuota de mercado para el periodo analizado

Price Avg.€: Precio medio por unidad

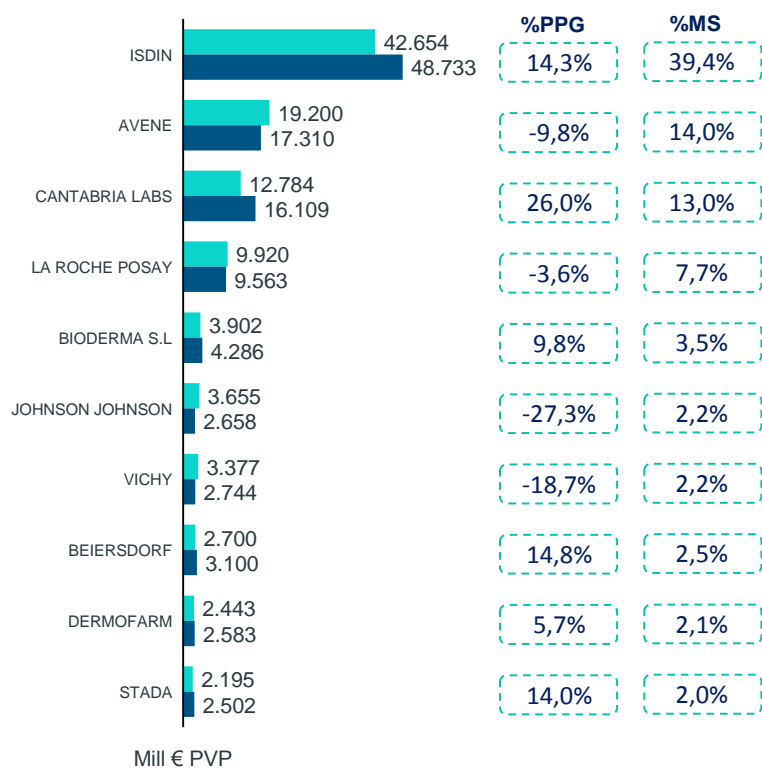
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias



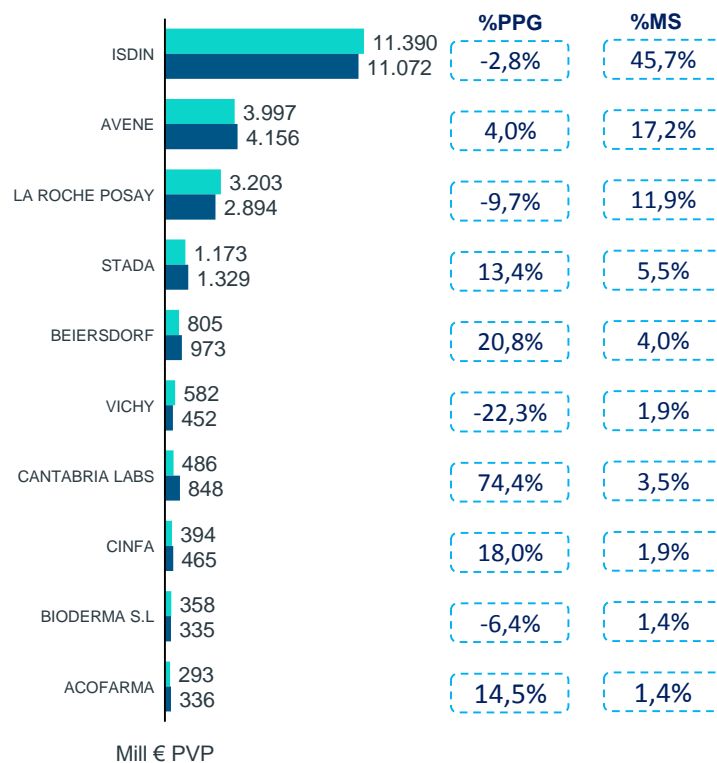
El top 10 laboratorios de productos solares adultos, productos solares infantiles y resto solares concentra más del 75% del mercado de cada clase

El laboratorio Cantabria Labs está presente en el top 10 de los tres grupos creciendo a doble dígito

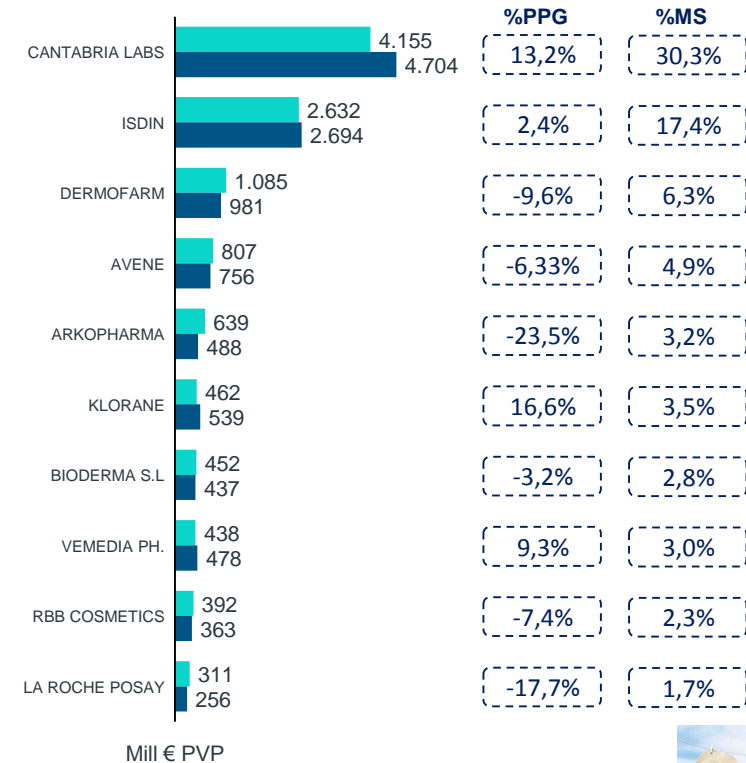
**Evolución top 10 laboratorios Solares adultos
(YTD 07/2019 VS YTD 07/2018 € PVP)**



**Evolución top 10 laboratorios Solares niños
(YTD 07/2019 VS YTD 07/2018 € PVP)**



**Evolución top 10 laboratorios Resto solares
(YTD 07/2019 VS YTD 07/2018 € PVP)**



■ YTD 07/2018 ■ YTD 07/2019

Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES (Unidades y € PVP)

*Resto Solares: solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros

%PPG: Crecimiento vs periodo anterior

%Market Share (%MS): Cuota de mercado para el periodo analizado

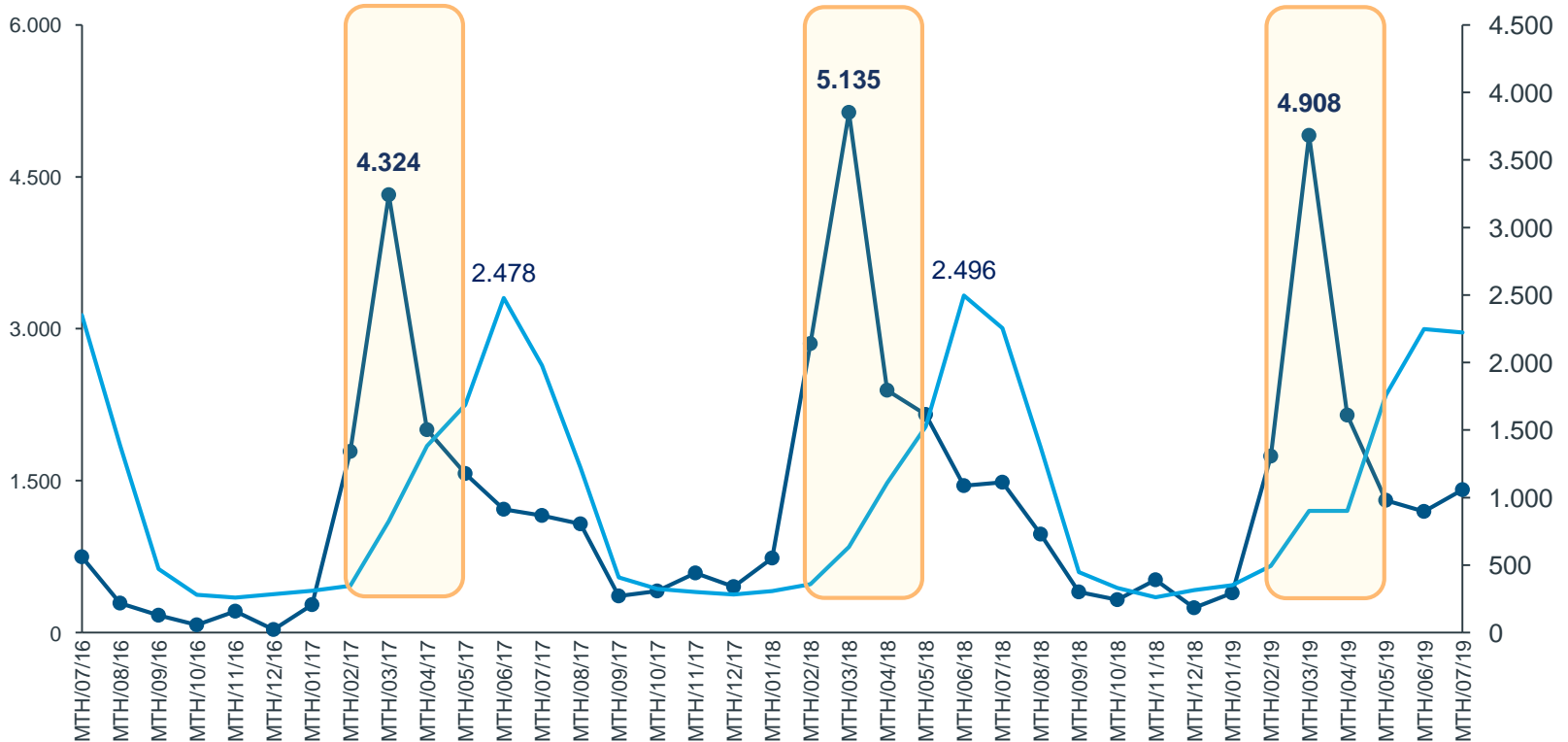
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias



La campaña de preventa por parte de los laboratorios ha sido menor en 2019 respecto a la campaña de 2018

Evolución mensual de las compras vs a las ventas del mercado de Solares en Farmacia

k. Unidades –Compras



k. Unidades –Ventas

Las campañas de preventa de solares comienzan en febrero y alcanzan su pico máximo en farmacia en marzo.

Observamos que el volumen de compras en 2018 fue mayor que en los últimos años, alcanzando en marzo el mayor pico de compras observado en el histórico.

Si el stock no se consume, podría afectar la dinámica de la campaña 2019.

— Ventas unidades
—● Compras unidades

Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-Out Muestra 6.200 farmacias
Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES



En 2019, los top 10 nuevos lanzamientos en el mercado de productos solares acumulan 3,8 M€ en ventas

El producto de protección solar innovador de 2019 que más ventas acumula es del laboratorio ISDIN. De los top 10 lanzamientos, dos son productos de protección solar infantil

Top 10 Lanzamientos 2019		
Product Pack	Launch Date	YTD 07/2019 Sales Euros Pub
FOTOP ISDIN 1 HYDRO2 30OIL 1 200 ML	2019/03	1.412.144
AVENE SOLAR FL SPORT 50+ 1 100 ML	2019/02	359.705
HELIOCARE 360 W GEL SPF50+ 1 50 ML	2019/04	344.274
PHOTODERM MAX LECHE FAM50+ 1 250 ML	2019/03	340.153
EUCERIN SUN PROTEC SPRAY SP 50+ INF 1 300 ML	2019/02	264.294
AVENE SOLAR CR B PRO 50+ 1 30 ML	2019/02	259.242
LIERAC SUNISSIME BB FL PRO 50 1 40 ML	2019/03	221.026
EUCERIN SUN PROTEC FL PIG PR50+ 1 50 ML	2019/02	214.030
CAUDALIE SOL.DIVIN CR FA A/A 50 1 50 ML	2019/04	211.269
HELIOCARE 360 AT SP PED50+ 1 250 ML	2019/04	184.572

■ Protector solar niños

■ Protector solar adultos

Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES (Unidades y € PVP)

*Resto Solares: solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros

%PPG: Crecimiento vs periodo anterior

%Market Share (%MS): Cuota de mercado para el periodo analizado

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de julio 2019

Agosto 2019