



Evolución del Mercado de la farmacia Española

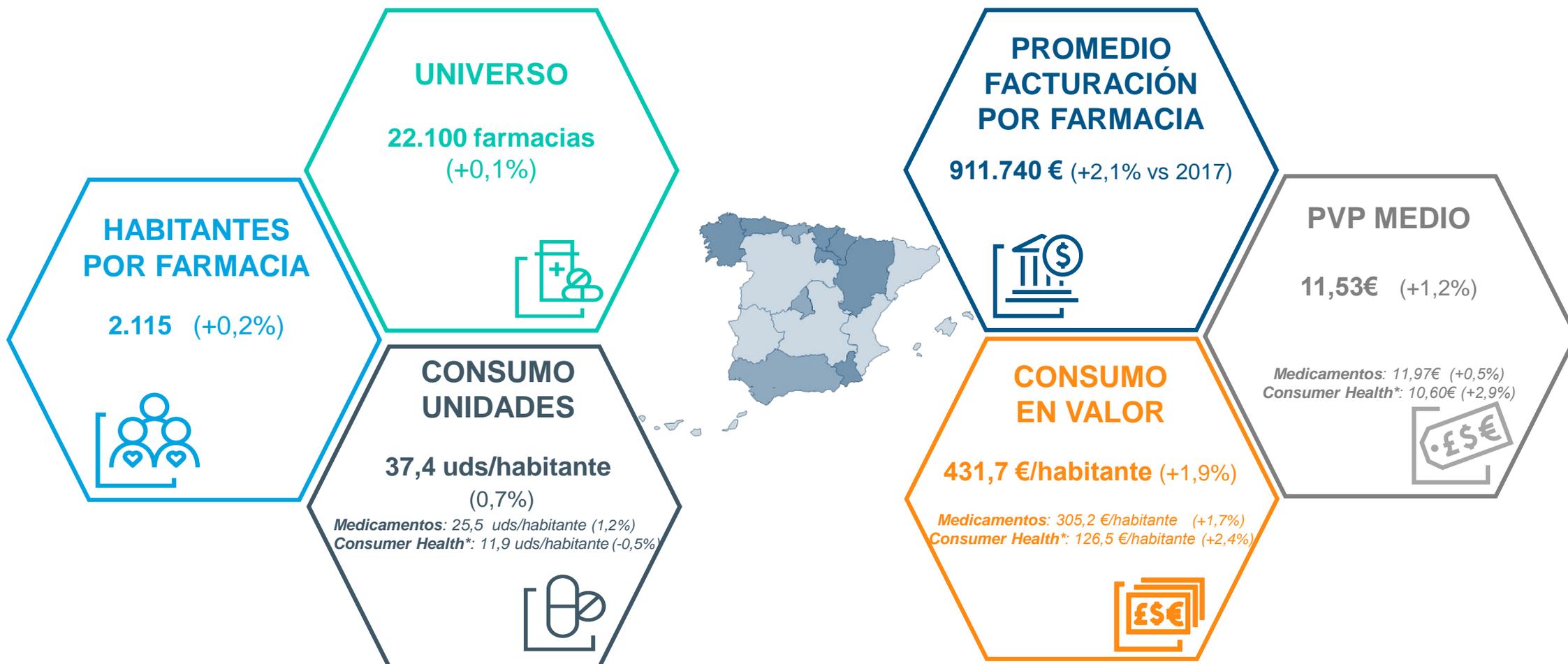
Actualización datos de febrero 2019

Marzo 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 del frío

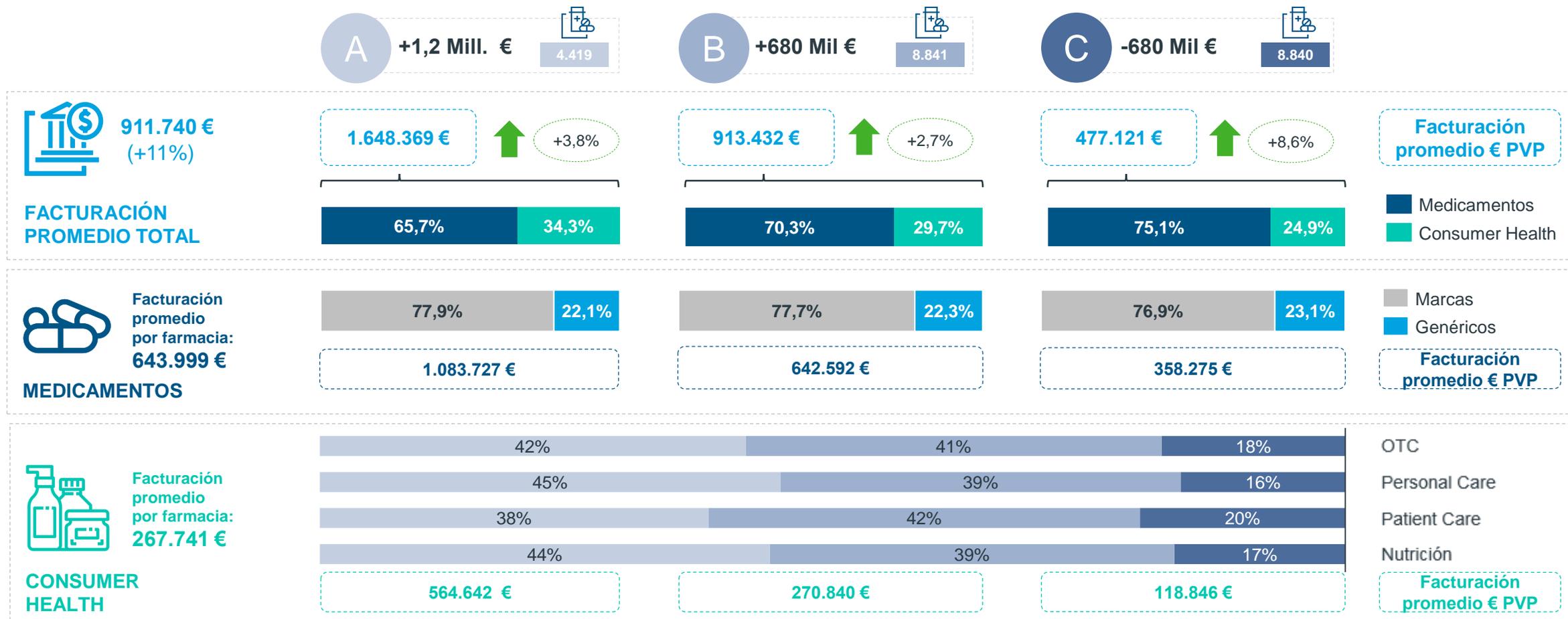
España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

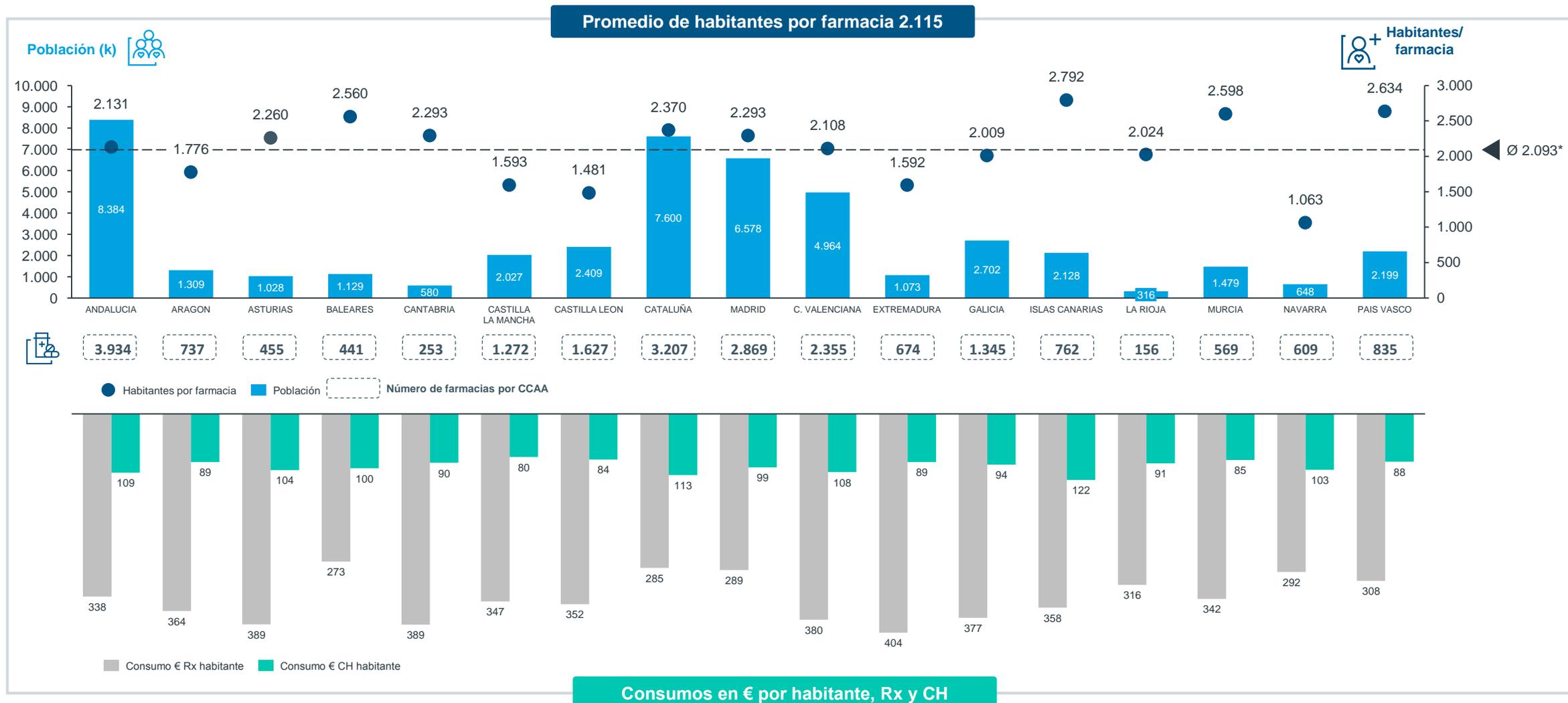
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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)
 *Semietícos 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)



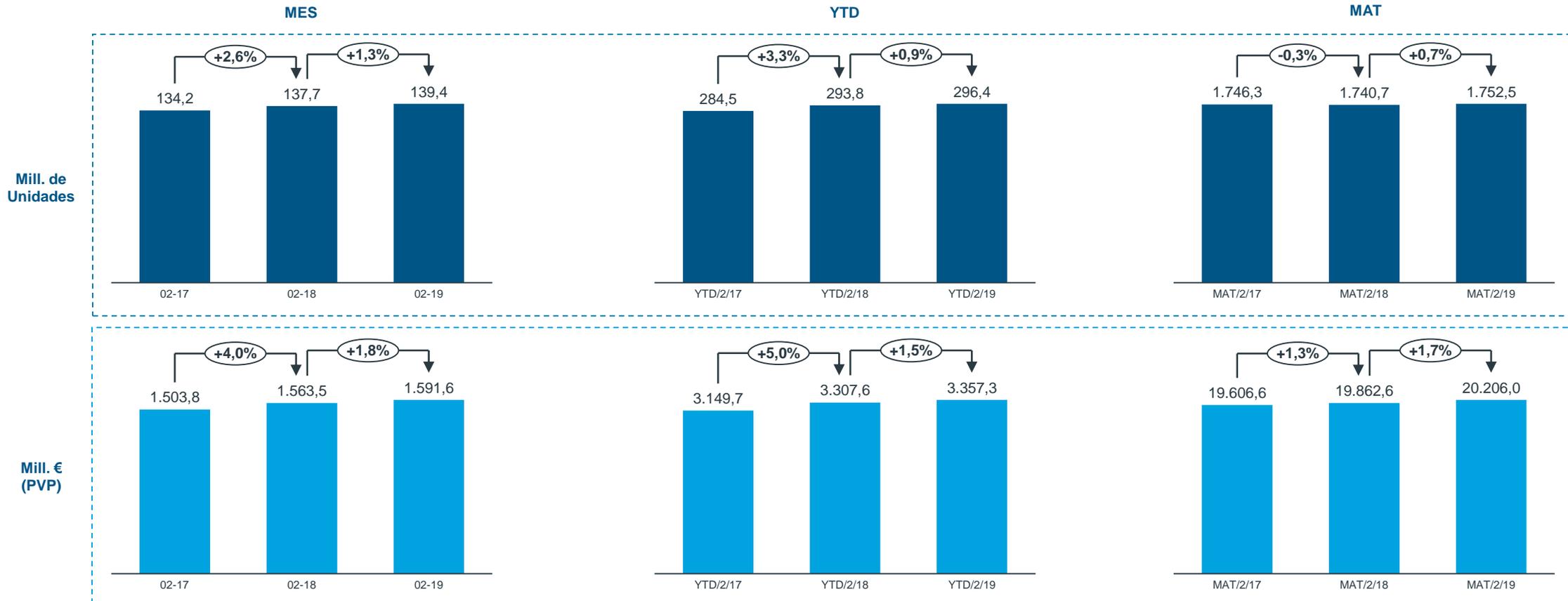
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
 *El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

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 del frío

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

Total mercado farmacéutico

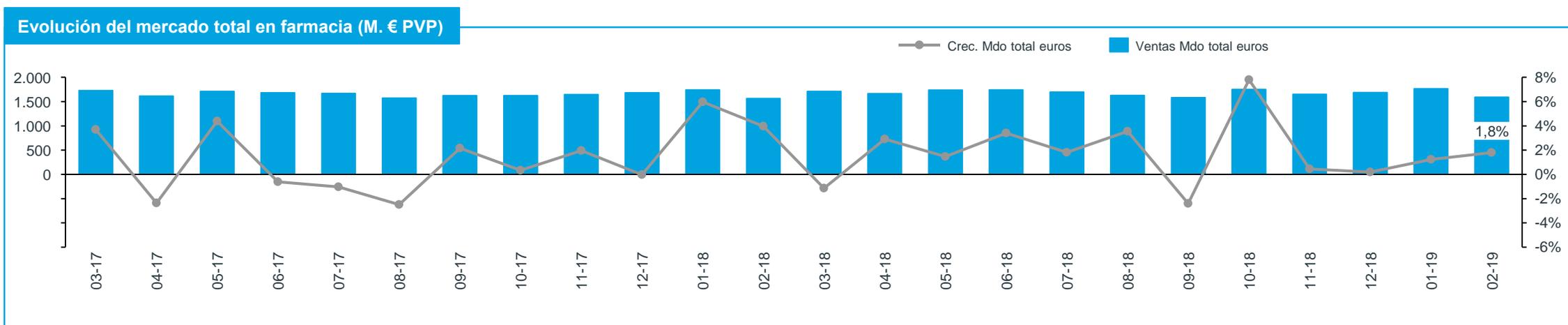
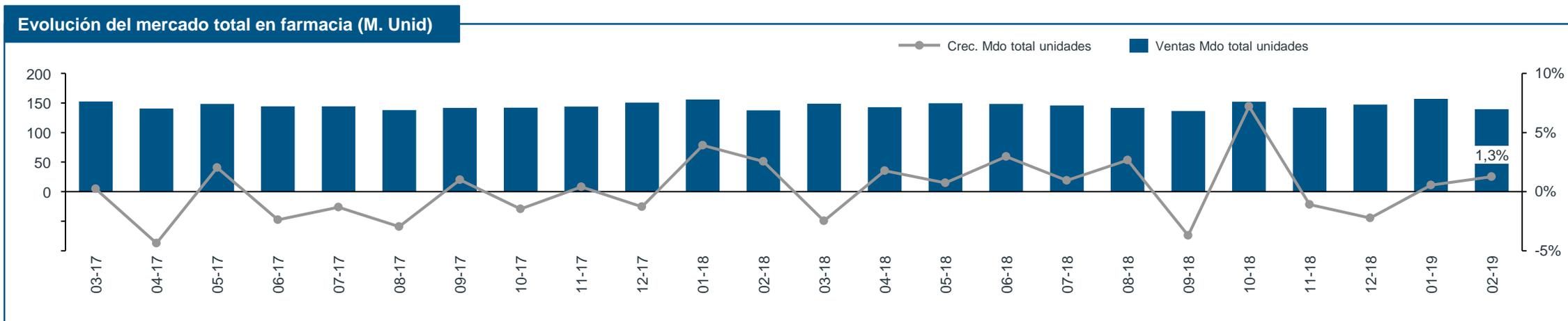


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

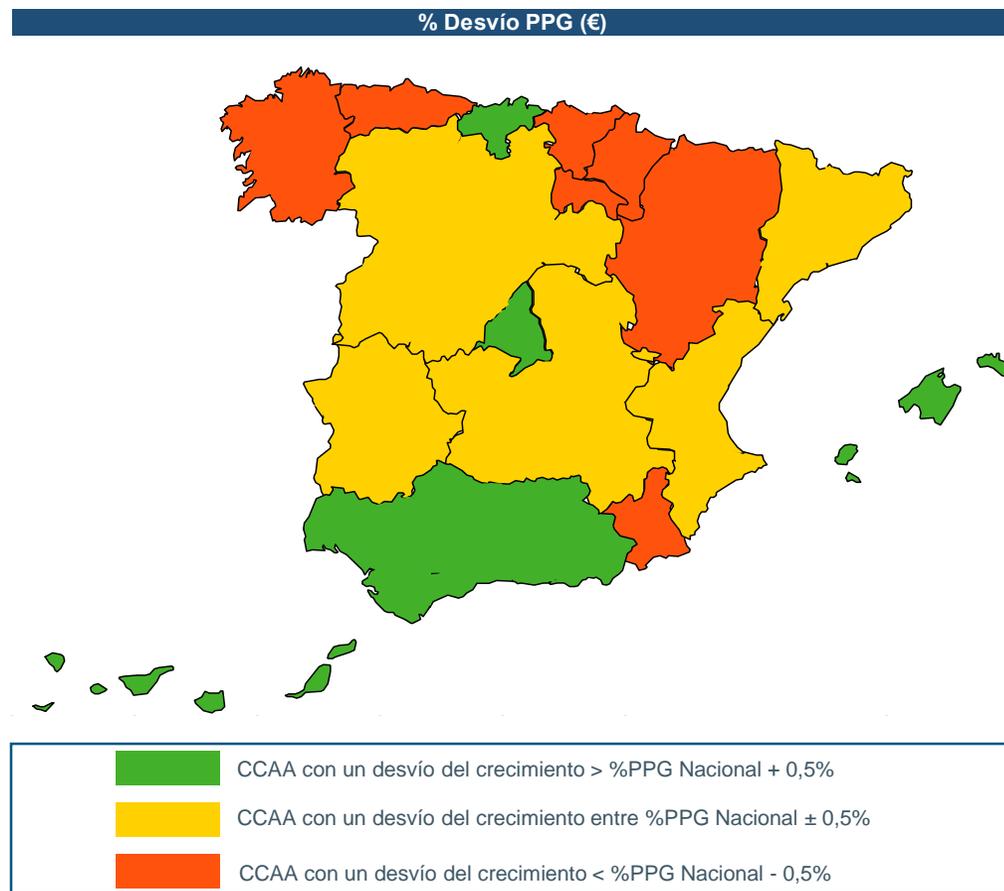
En febrero, el mercado crece en unidades (+1,3%) y sigue creciendo en valores (+1,8%)



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

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

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



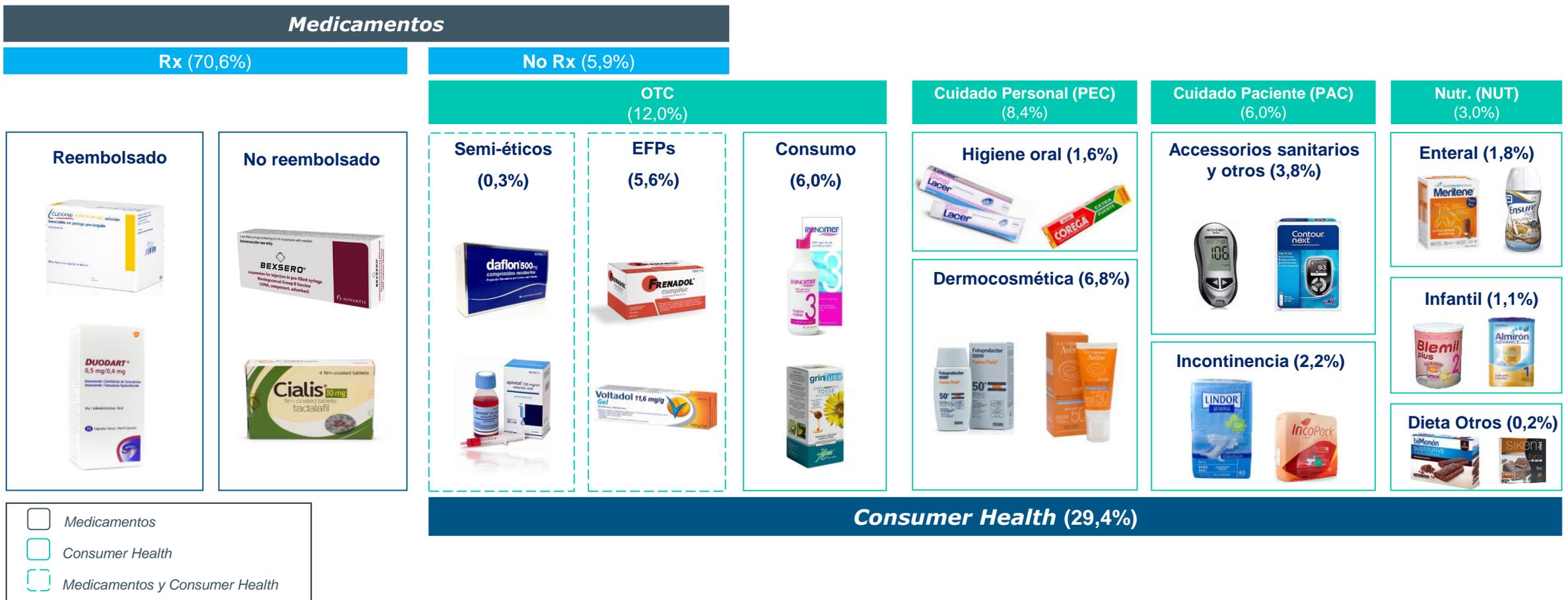
MAT/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
ANDALUCIA	3,0%	31,6%
CANTABRIA	2,6%	2,1%
MADRID	2,6%	18,7%
BALEARES	2,5%	3,0%
ISLAS CANARIAS	2,2%	6,6%
CASTILLA LA MANCHA	2,2%	5,5%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,0%	14,1%
CASTILLA LEON	1,8%	5,4%
EXTREMADURA	1,6%	2,5%
CATALUÑA	1,3%	11,5%
GALICIA	0,5%	2,0%
ARAGON	0,5%	0,9%
PAIS VASCO	-0,1%	-0,2%
LA RIOJA	-0,1%	0,0%
NAVARRA	-0,5%	-0,3%
ASTURIAS	-0,8%	-1,2%
MURCIA	-1,0%	-1,9%
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 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 01/2019 sobre el mercado farmacéutico total
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 01/2019
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

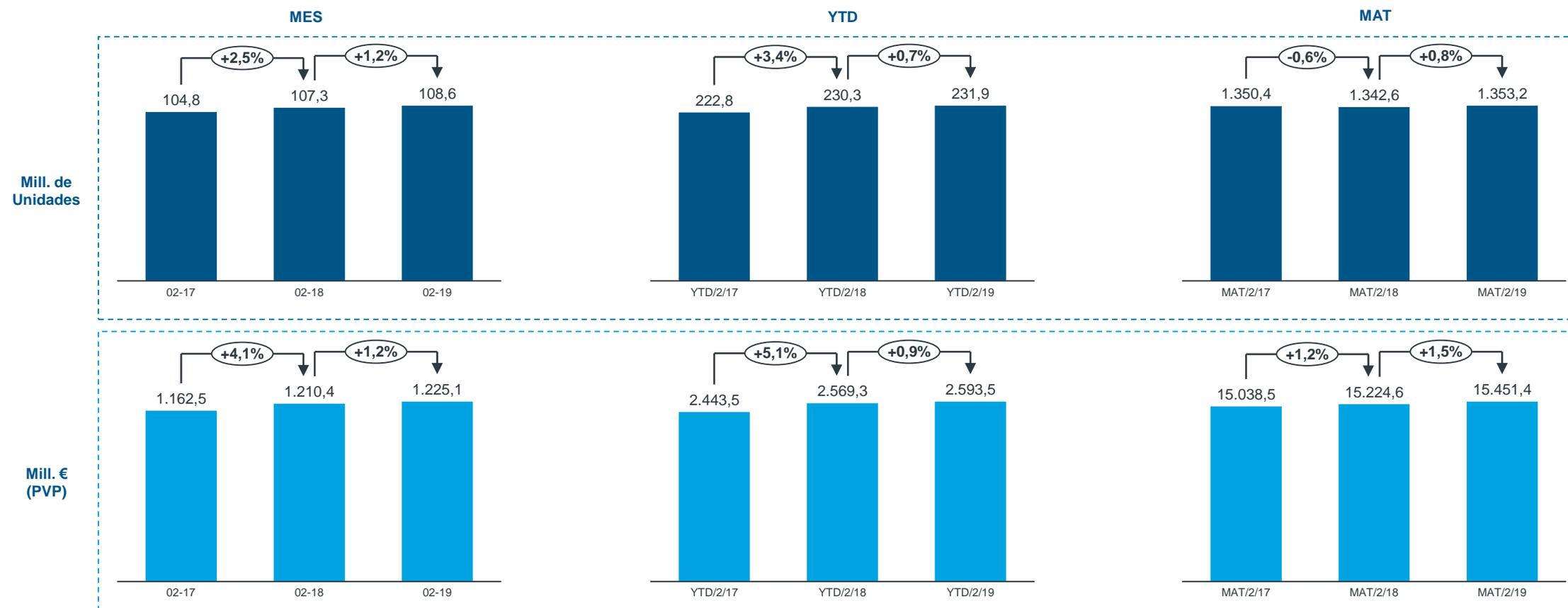
Índice

- + 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 crecimientos positivos en periodos acumulados, tanto en valores como en unidades

El acumulado de los últimos 12 meses presenta mejores crecimientos que el año pasado, especialmente en volumen donde se revierte la tendencia negativa

Mercado de Medicamentos



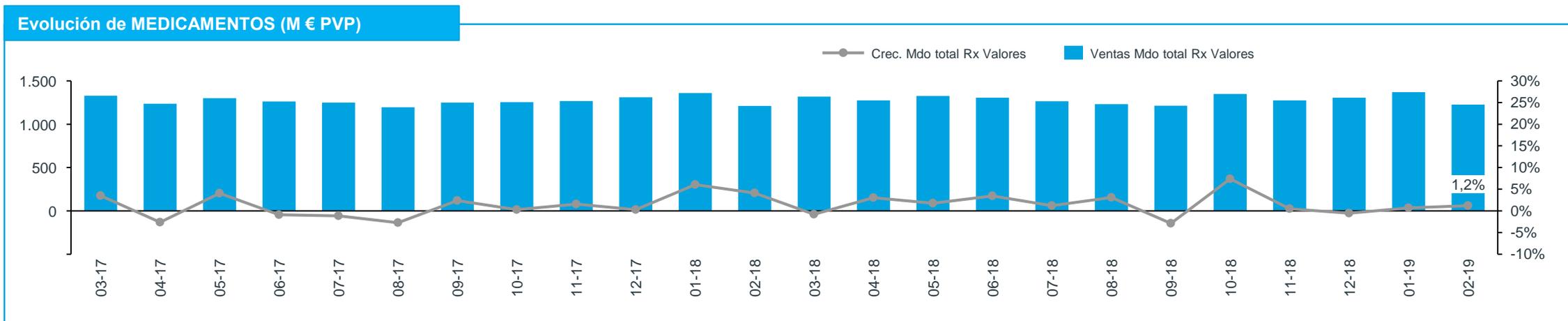
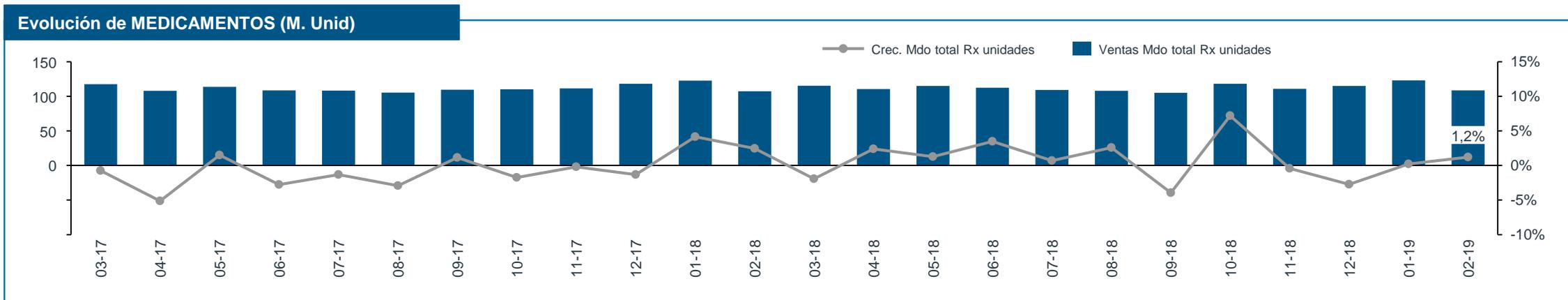
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

En el mes de febrero el mercado crece tanto en valores (+1,2%), como en unidades (+1,2%) vs el mismo periodo del año anterior

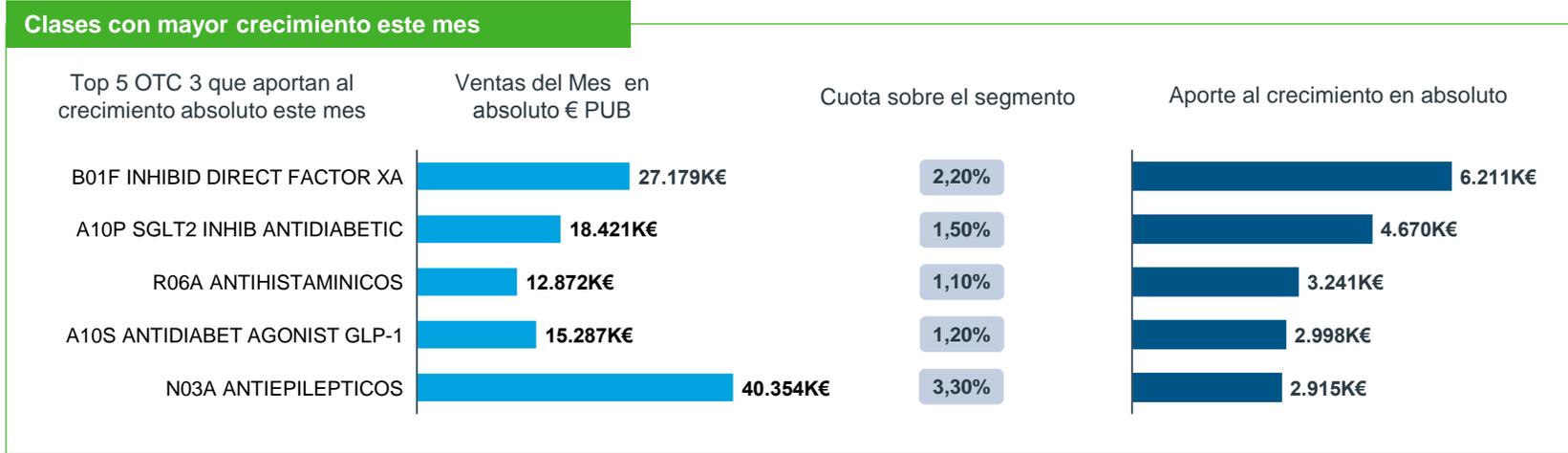
El mercado mantiene la evolución positiva del mes anterior



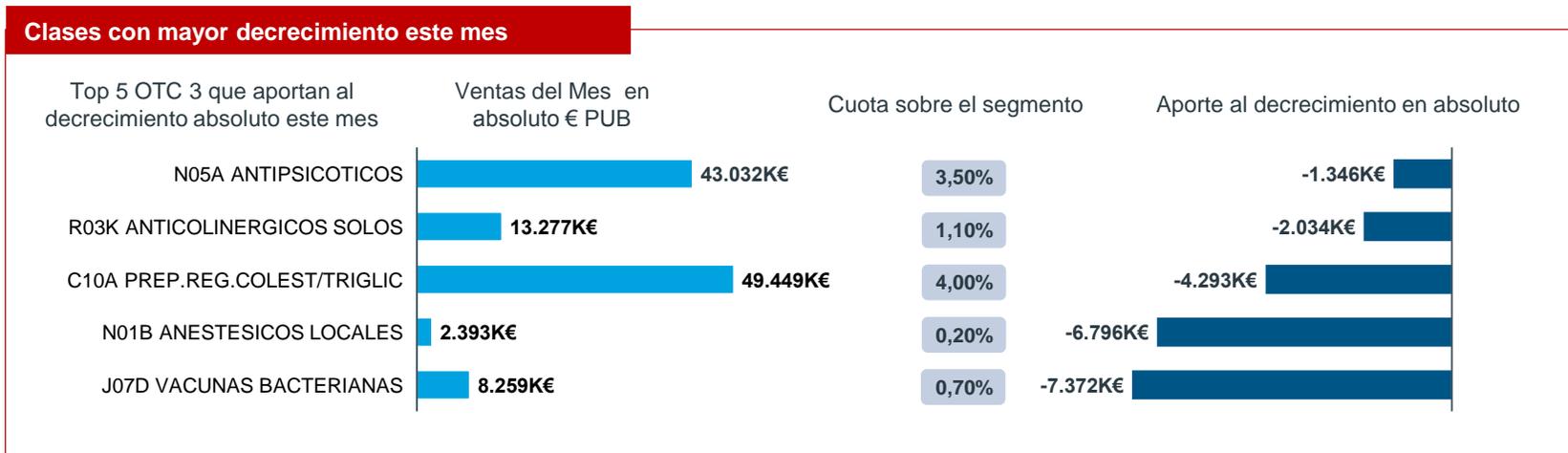
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los NACOs de tipo ‘xaban’ (clase B01F) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de febrero, creciendo 6,2M€

La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la de vacunas infantiles



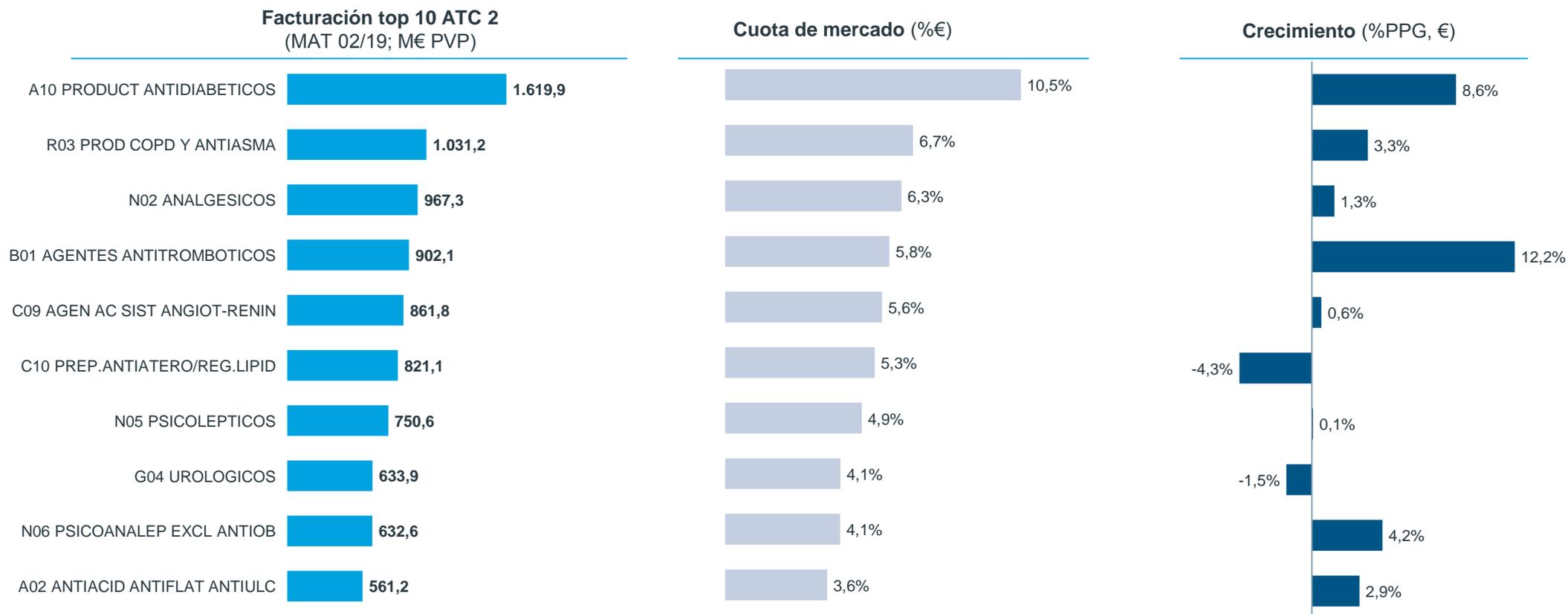
- Los **NACOs crecen 6,2M€**, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 2,5M, seguido de Lixiana (1,8M) y Xarelto (1,7M).
- La **segunda clase con mayor aporte al crecimiento son los Antidiabéticos** inhibidores SGLT2 , su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Jardiance y Synjardy.
- Los **antihistamínicos** aparecen en tercer lugar, relacionados con el incremento de alergias a cupresáceas y arizónicas motivado por el aumento de las temperaturas.



- Los **7,3M€ que se observan de caída para la clase de Vacunas antibacterianas** vienen promovidas por la caída de la Vacuna **Bexsero**. Esta caída podría deberse a la finalización de la terapia vacunal por niño vacunado unida a la baja natalidad existente.
- Los **anestésicos locales son la segunda clase que más contribuyen al decrecimiento**, esta cifra negativa viene promovida por el producto Versatis.

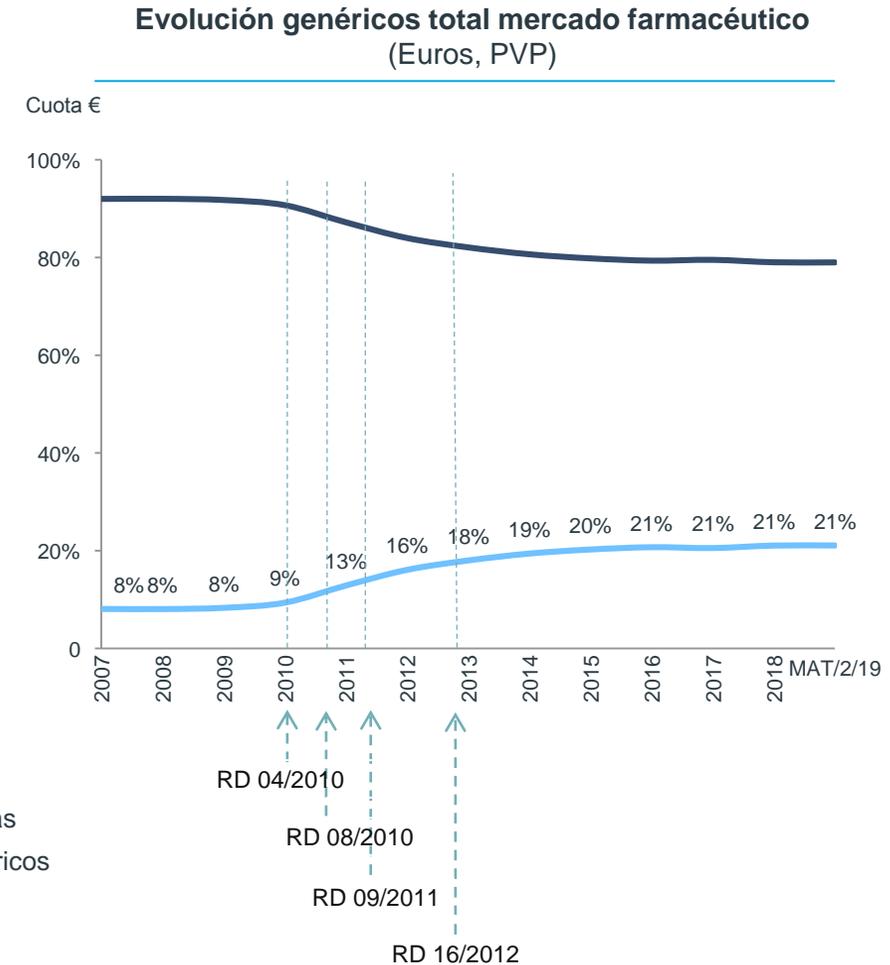
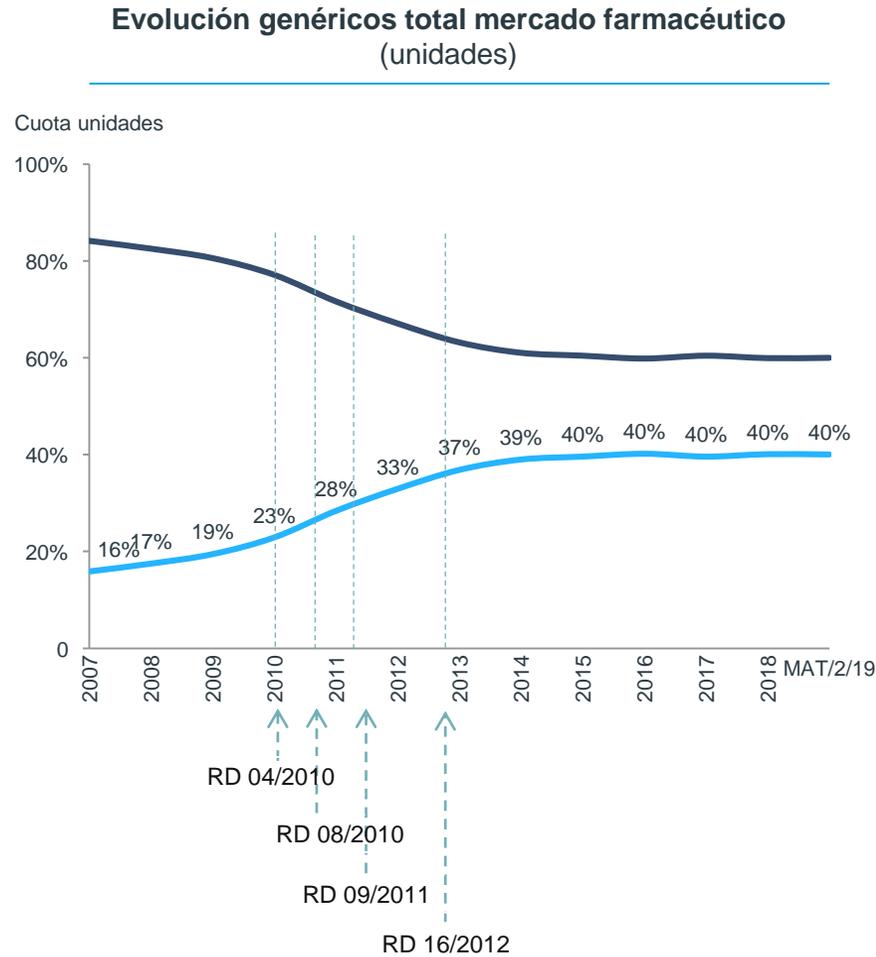
Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases que más contribuyen al crecimiento positivo del mercado de medicamentos

Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase de Antihistamínicos (R06) (8,4%) y la de Antiepilépticos (N03) (7,2%)



Total mercado de Medicamentos a MAT/2/19: 15.451 Mill. de € con un PPG del 1,5%

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

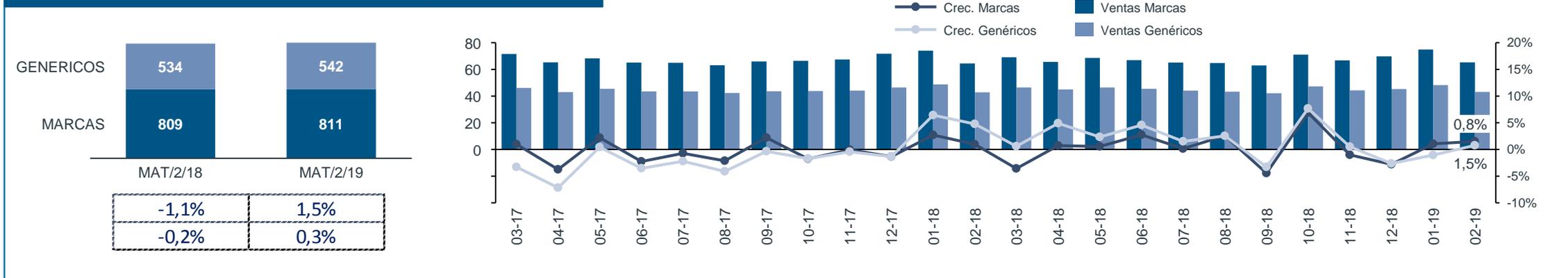


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semiéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

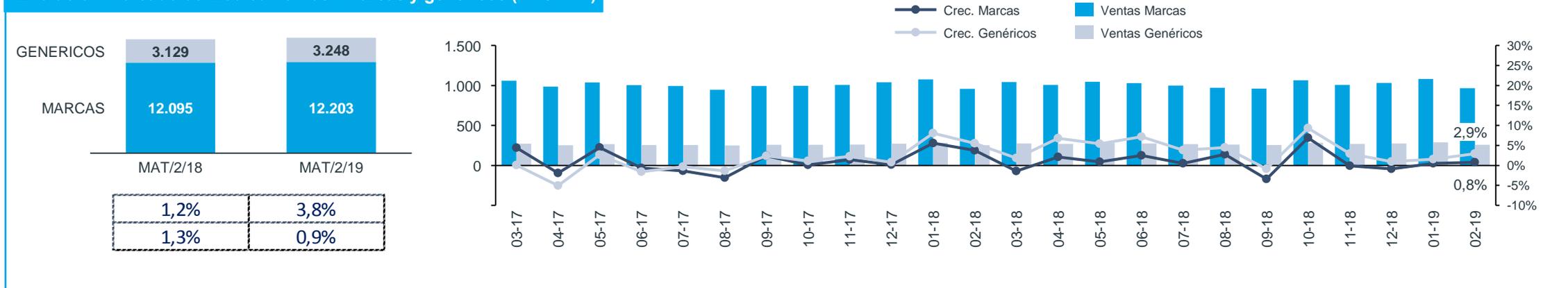
En el acumulado de los últimos 12 meses, los genéricos muestran crecimientos por encima de las marcas tanto en unidades como en valores

El periodo analizado muestra un cambio importante de tendencia respecto al 2017

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



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

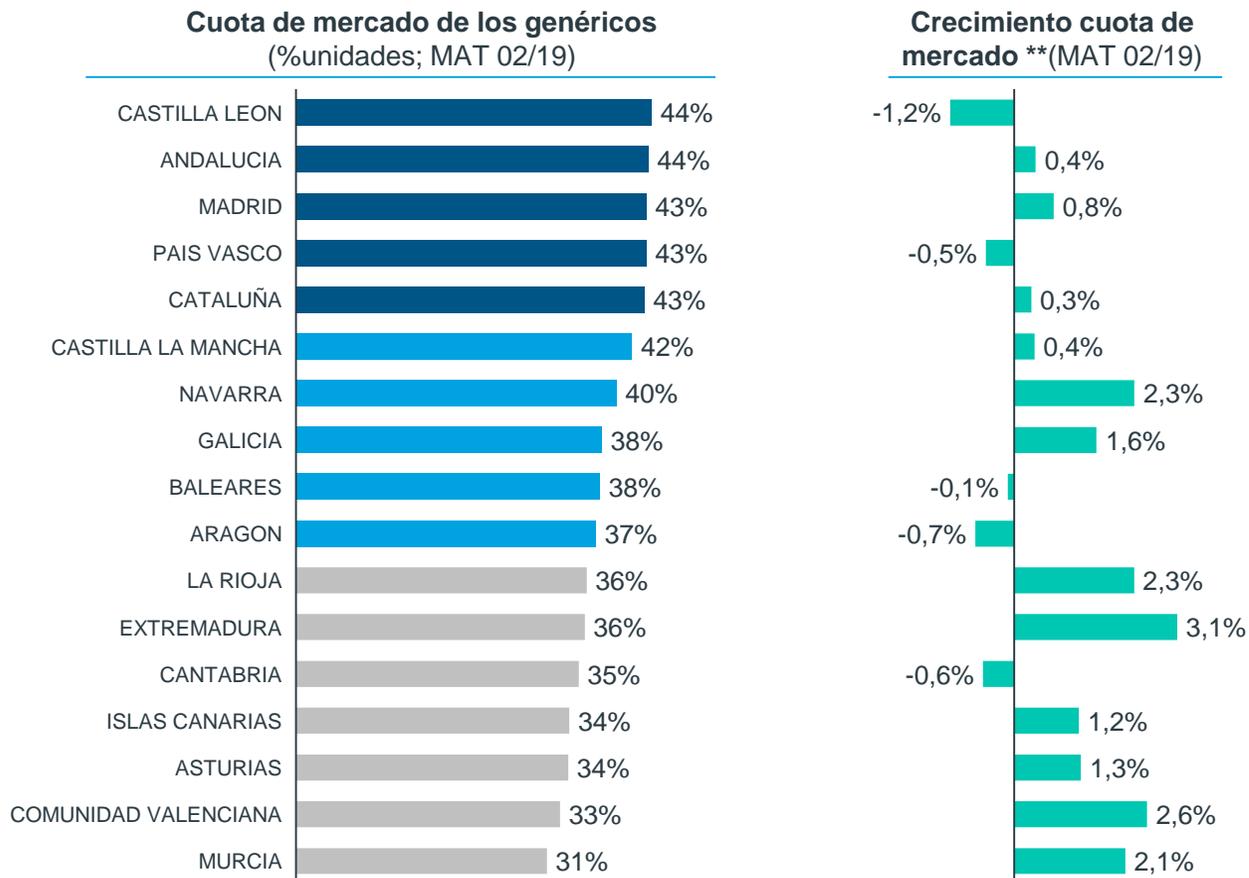
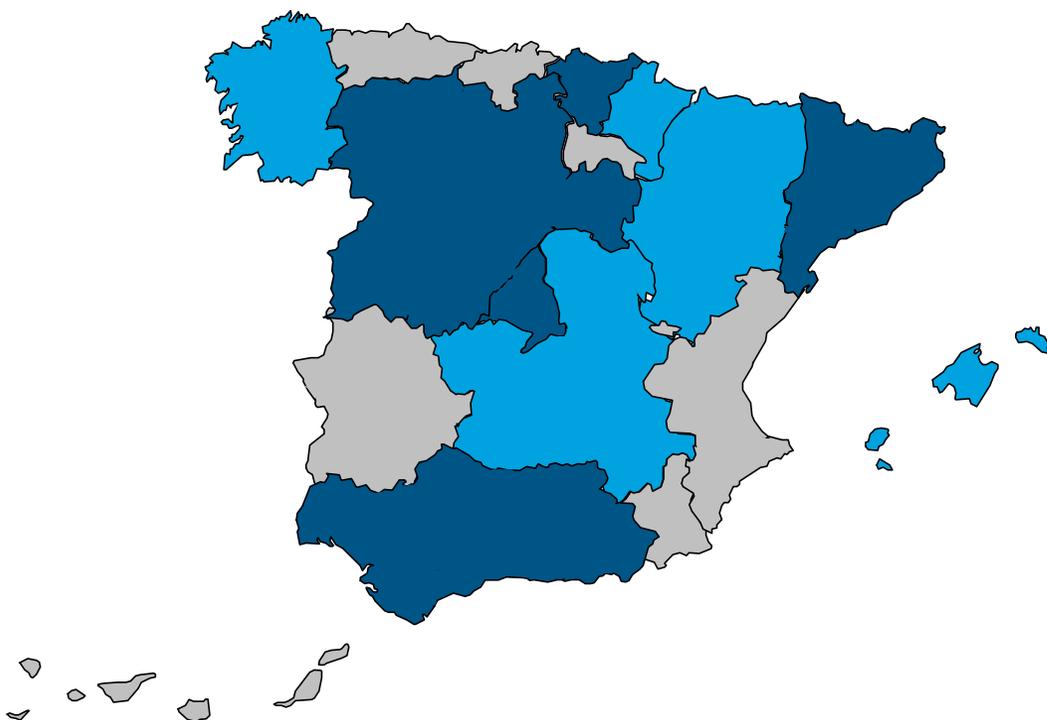


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semiefticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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, Madrid y País Vasco son las CCAA con mayor penetración de genéricos

No obstante, en Castilla y León, País Vasco, 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)
 *Semiéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 **Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

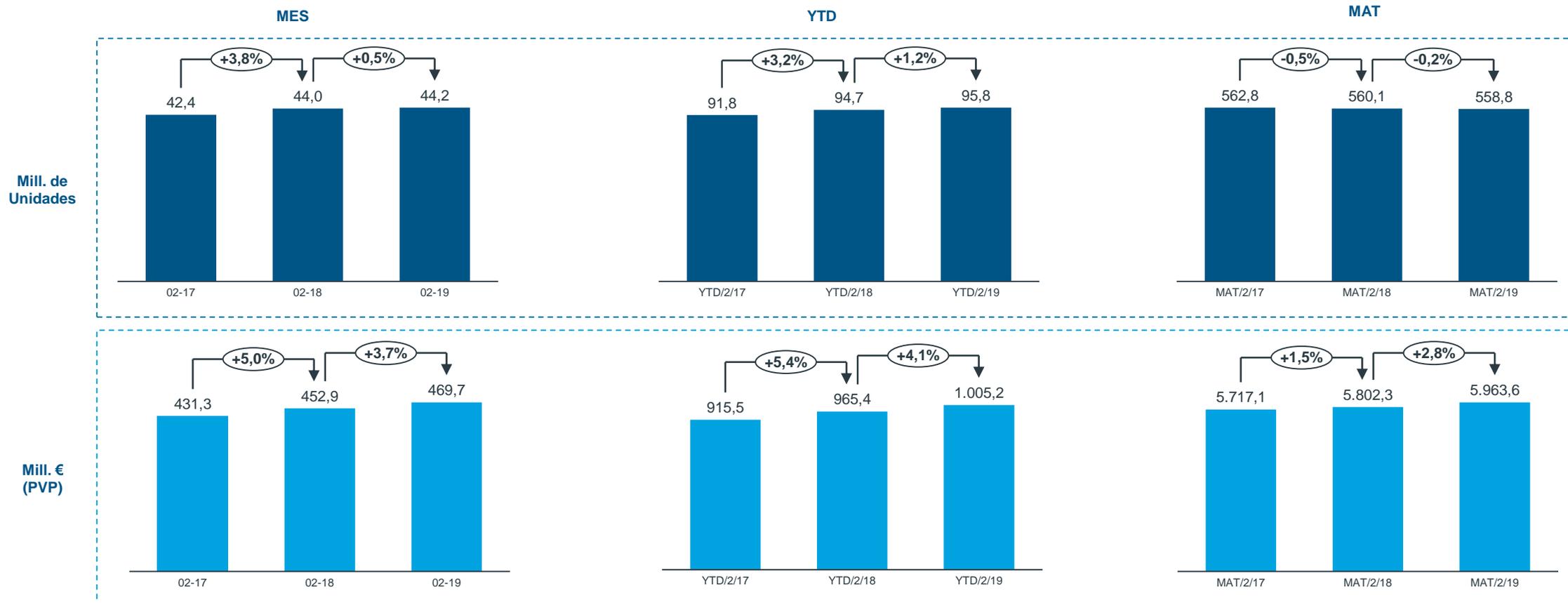
Índice

- + 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 del frío

En el acumulado del año, Consumer Health muestra una tendencia negativa en volumen (-0,2%) aunque acelera su crecimiento en valores (+2,8%)

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

Mercado de Consumer Health



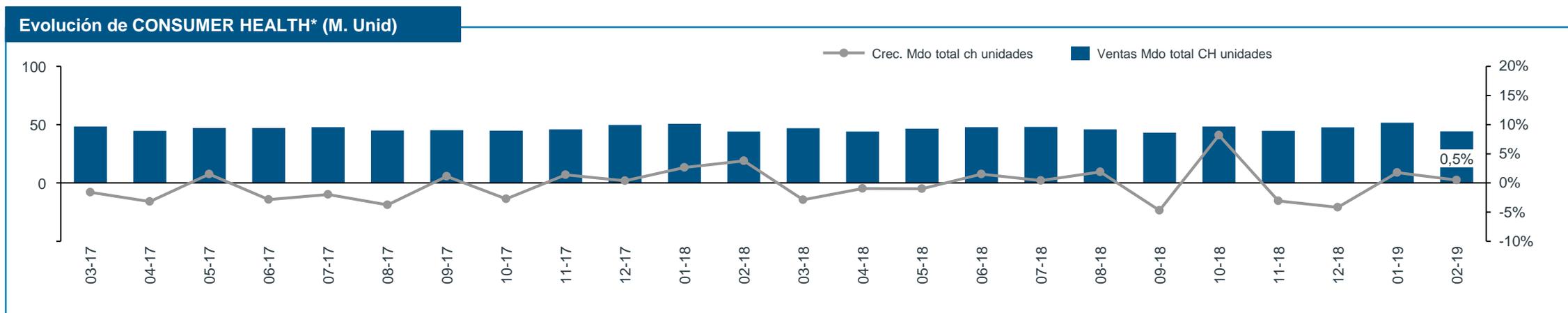
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semióticos 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 febrero un +3,7% en valores y un +0,5% en unidades

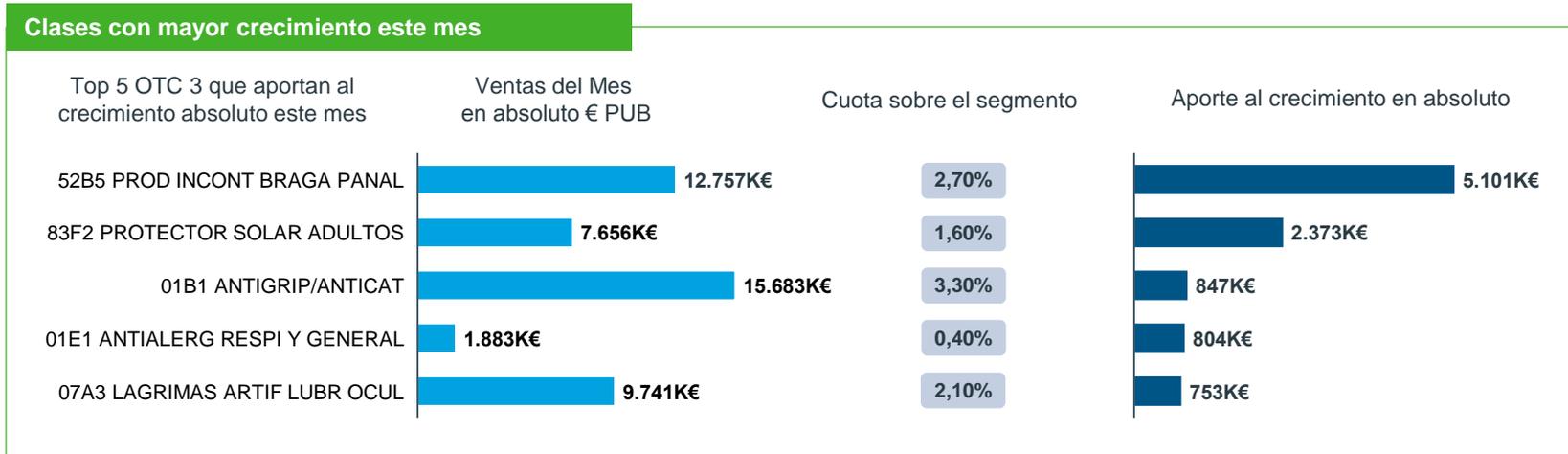
Estos crecimientos mantienen la tendencia positiva en unidades y valores del mes de enero



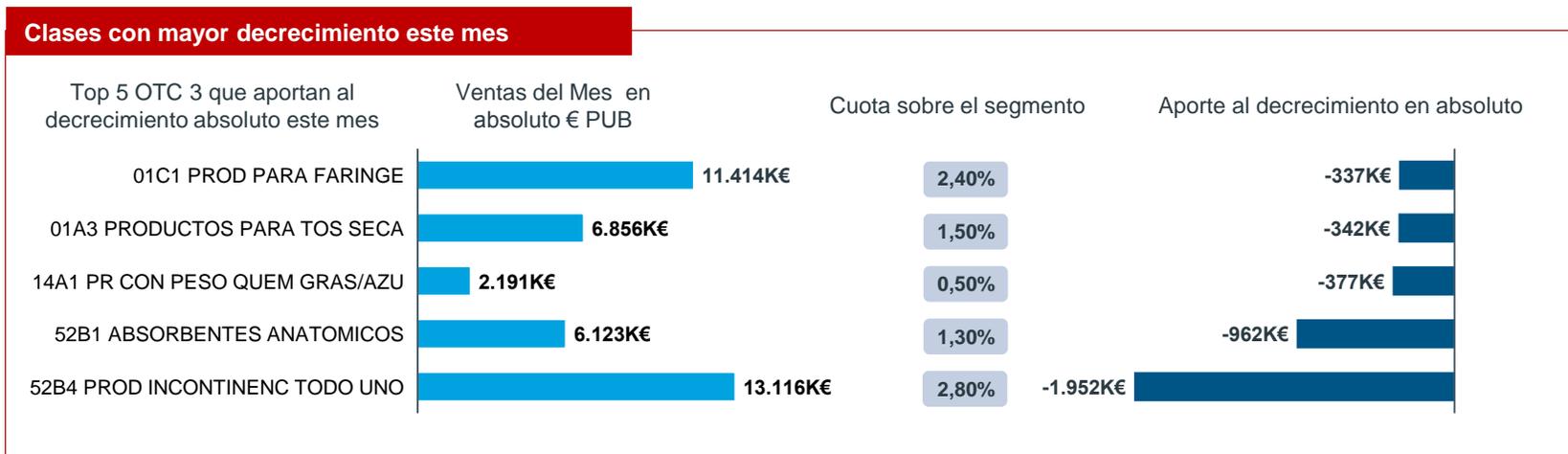
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semiéticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de febrero, 3 de las 5 clases que más aportan al crecimiento son estacionales, 2 de ellas son de respiratorio y una de cuidado de ojos

Las clases que más frenan el crecimiento son clases de incontinencia



- Los **top 5 productos** de la OTC **Anrripales/Anticatarrales** crecen por encima del 20%.
- La **clase de productos de protección solar adultos** aporta más de **2,3M€ al crecimiento** para este mes de febrero. Esta clase ha tenido un crecimiento de un 44,9% respecto al mismo periodo del año pasado. Esto está relacionado con las altas temperaturas que hemos tenido en todo el territorio nacional el mes de Febrero.

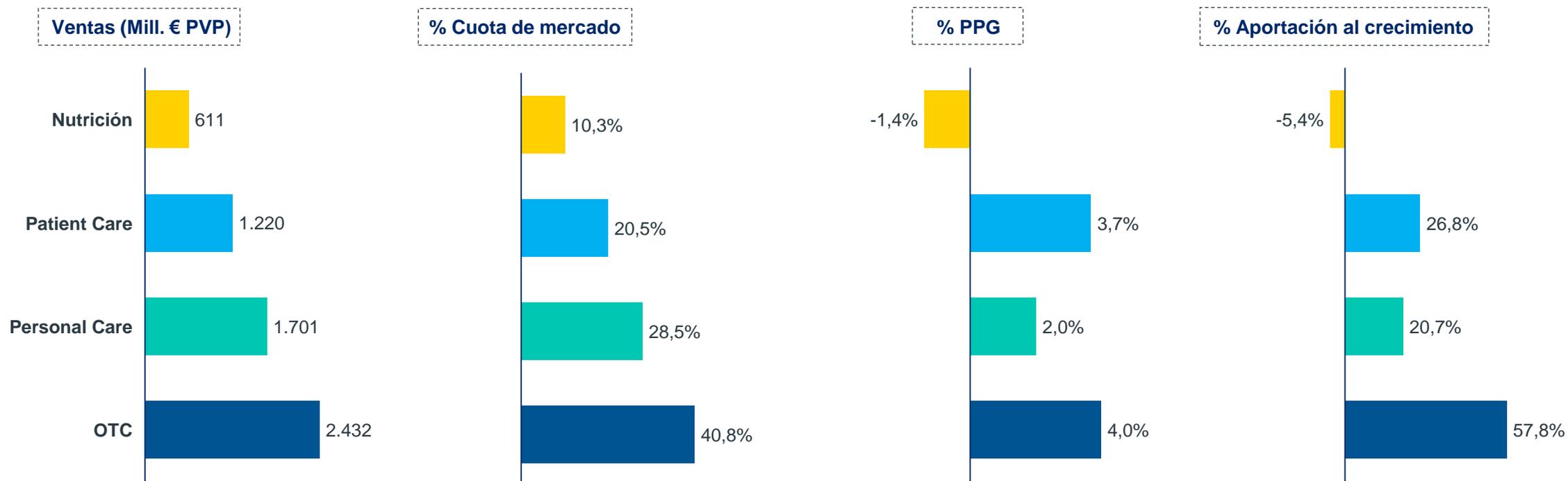


- **Decreten los top 5 productos de la clase Productos para la faringe**, favoreciendo el decrecimiento de esta clase, que es una de las que más frenan el crecimiento de Consumer Health para este mes.
- Los absorbentes anatómicos y los productos para incontinencia todo en uno son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Molicare es el único de los top 5 productos de la clase 52B1 que crece.

El 57,8% 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 y sigue con tendencias negativas como los meses pasados

Mercado de Consumer Health (Mill.€ PVP, 2019)

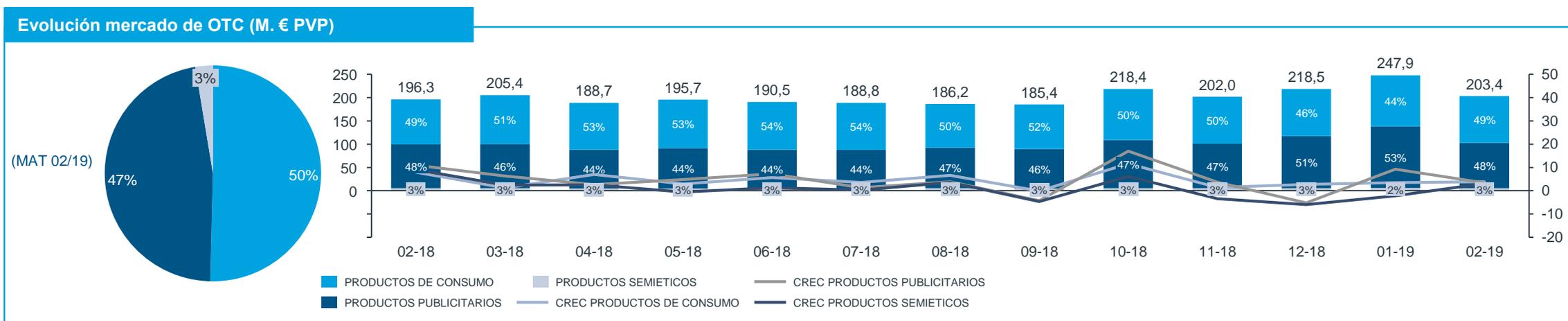
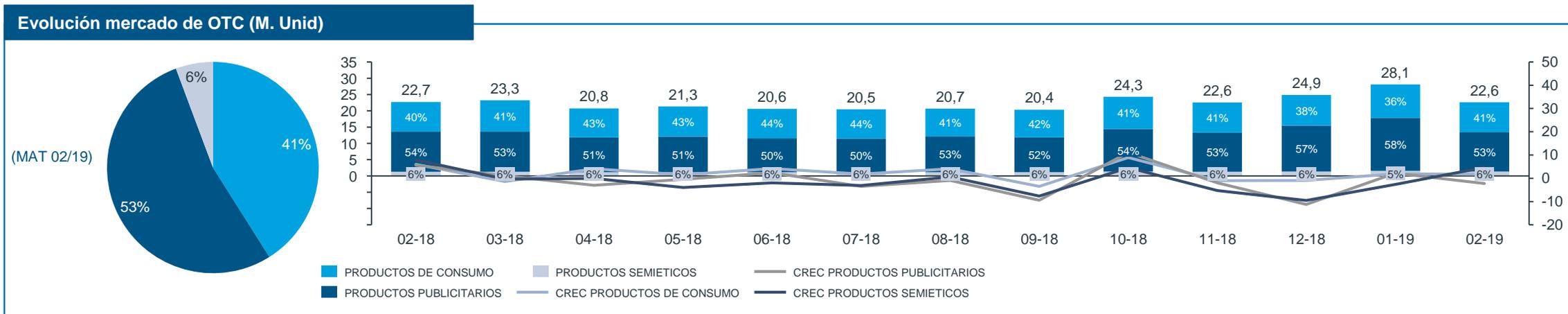


Total mercado Consumer Health a MAT/2/19: 5.964 Mill. de € con un PPG del 2,8%

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

Los productos de consumo son los que presentan un mayor crecimiento durante el mes de febrero (+3,8% en valores)

Los productos publicitarios mantienen la tendencia de meses anteriores, creciendo un +3,4% vs el mismo periodo del año pasado en valores

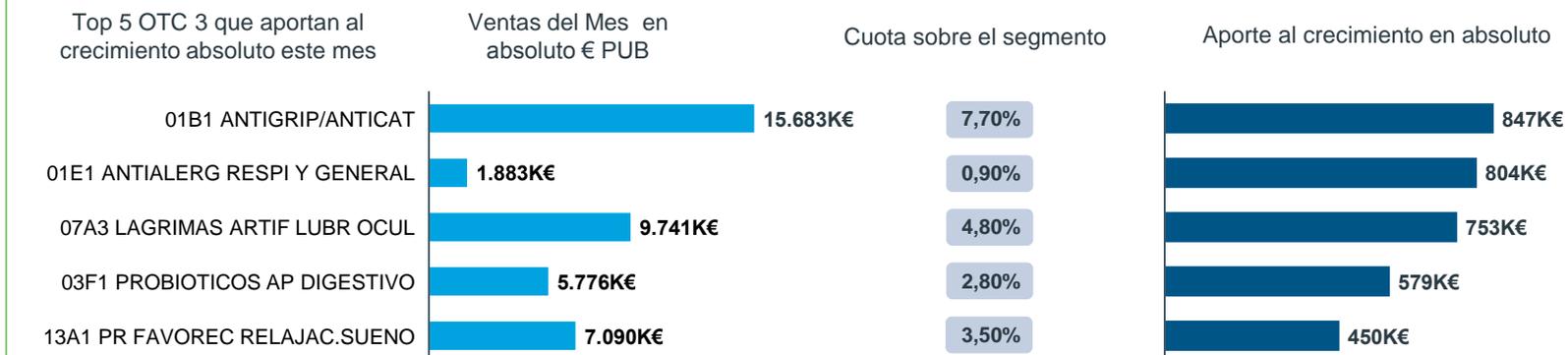


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los antigripales/anticatarrales aportan 847k€ al crecimiento del mercado Consumer Health este mes de febrero

Además de productos estacionales, destacan con crecimientos positivos la clase 01E1 Antialergicos resp

Clases con mayor crecimiento este mes



- Rino ebastel, Reactine plus, Respibien y Virlix plus están dentro de **los top 5 productos** y muestran crecimientos muy positivos, que favorecen el crecimiento de la clase **Antialergicos respiratorios y generales (01E1)**
- En la clase de **Lágrimas artificiales y lubricantes oculares** vemos que **los top 5 productos crecen**, y Thealoz Duo, Lubristil e Hylo-gel lo hacen a doble dígito.

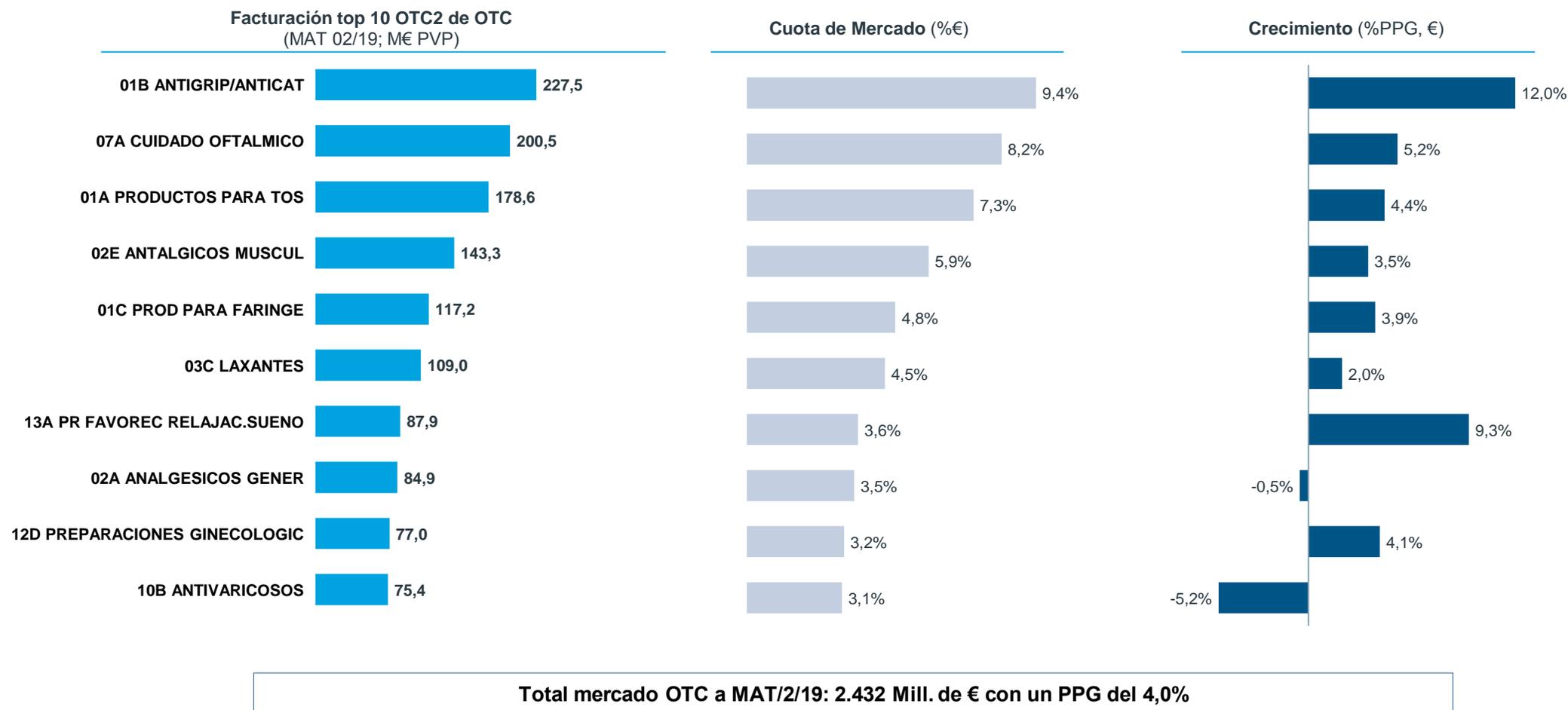
Clases con mayor decrecimiento este mes



- La clase que más aporta al decrecimiento del segmento de OTC es la clase de **Productos de control de peso quema grasa**.
- Destaca por su aportación al decrecimiento la clase de **Analgésicos generales pediátricos**. **Dalsy** es el único producto dentro de los top 5 que tiene un crecimiento negativo (-42,3%). Siendo el producto que más contribuye en el aporte al decrecimiento de la clase de Analgésicos generales pediátricos.

En los últimos 12 meses, 8 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los Analgésicos y los Antivaricosos los únicos que decrecen

3 de las Top 10 categorías pertenecen al mercado del frío, y una de ellas crece a doble dígito



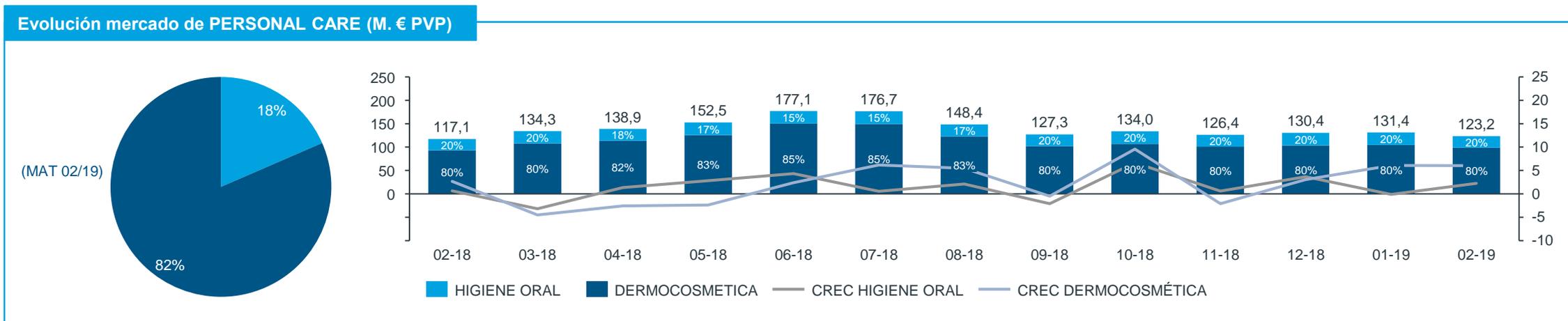
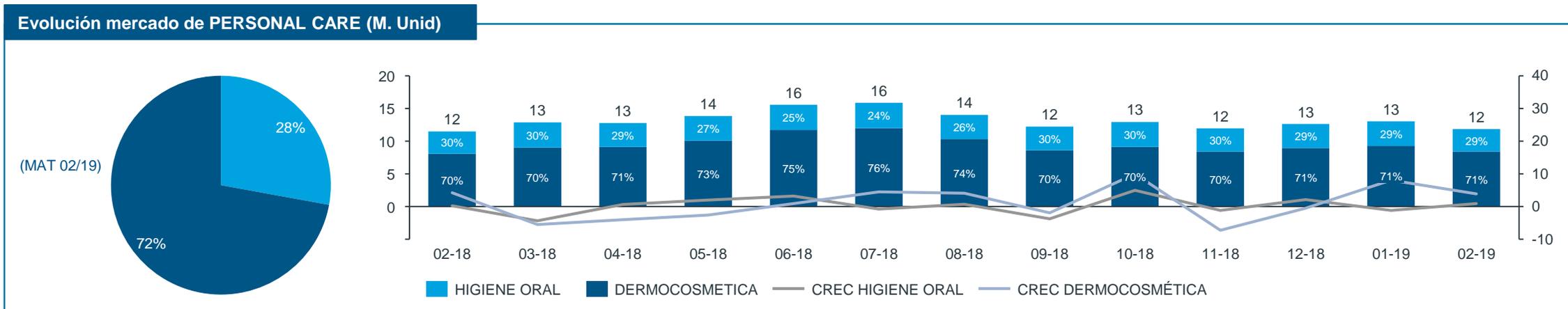
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

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

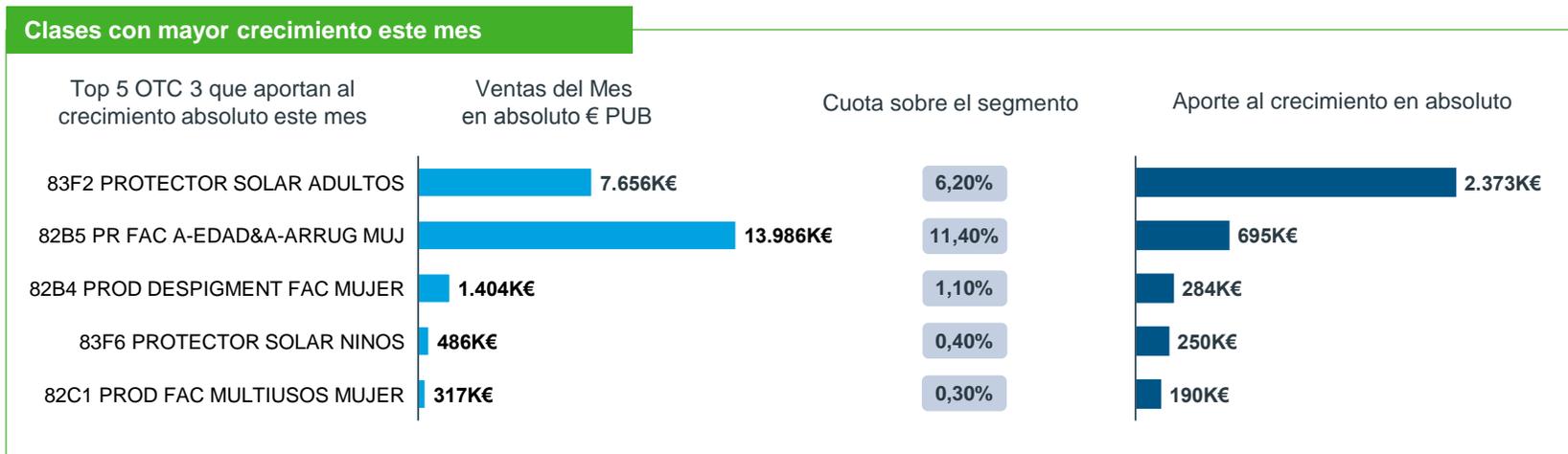
El segmento de higiene oral crece un +1,0% en unidades frente al mismo periodo del año anterior



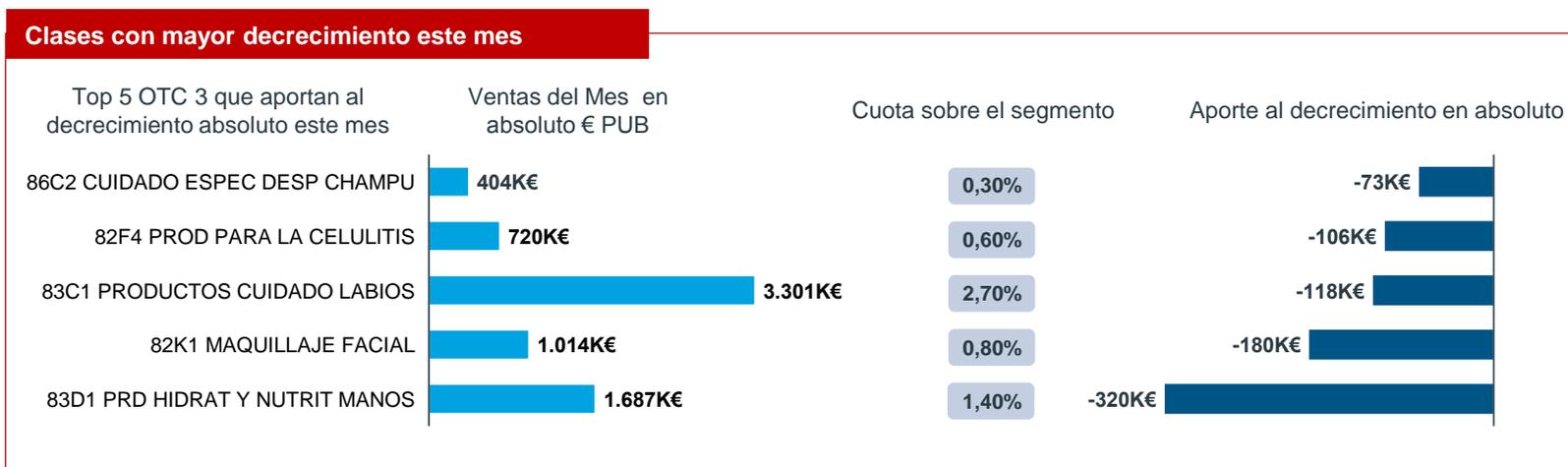
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Todas las clases con mayor aporte al crecimiento son de Dermocosmética, y las que más favorecen la evolución positiva presentan estacionalidad

Los anticelulíticos siguen decreciendo, siendo la cuarta clase que frena el crecimiento de PEC



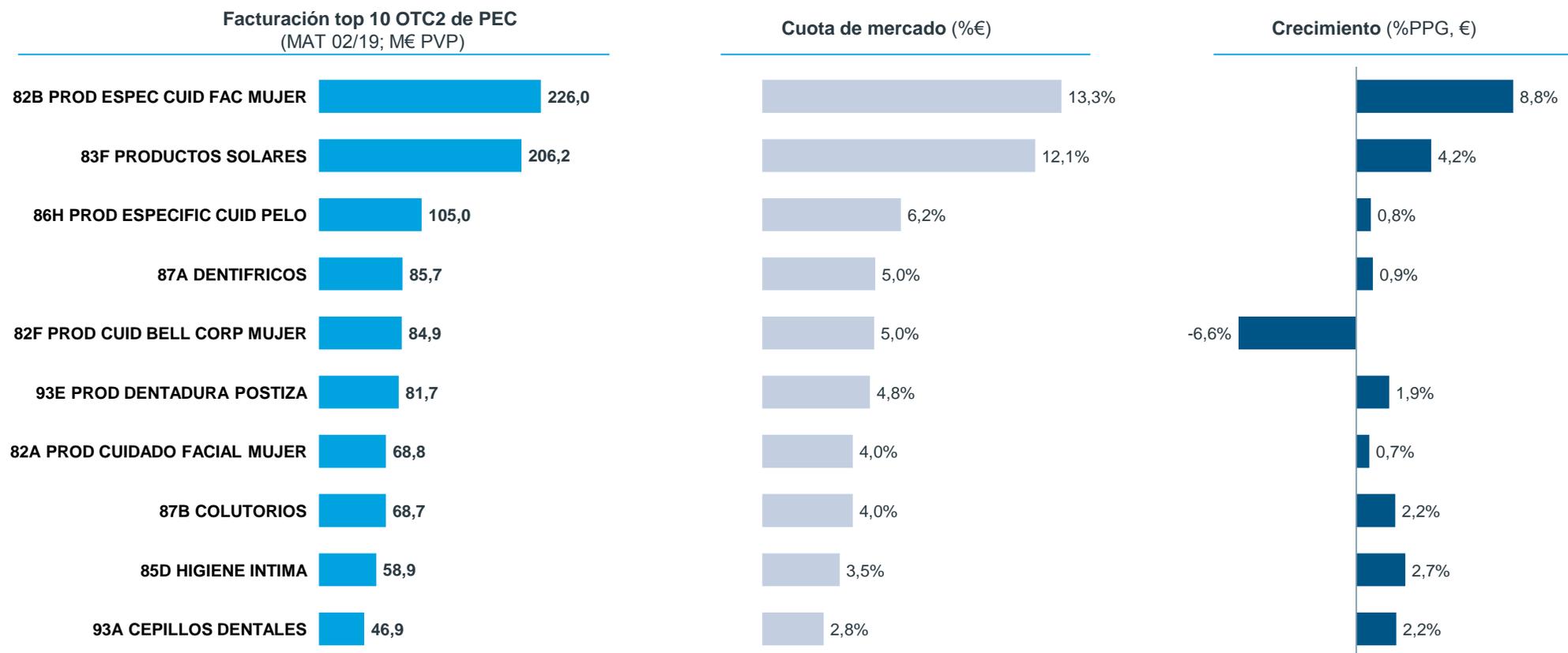
- En el mes de Febrero, las temperaturas han sido más altas de lo habitual para este mes. Destacamos los **crecimientos en las clases de Protectores solares de adultos (+44,0%) y Protectores solares de niños (+106,3%)**. En estas clases destacan los crecimientos de los Top 5 laboratorios Isdin, Cantabria Labs, Avene, La Roche Posay y Bioderma que crecen todos a doble dígito.
- En la clase 82B5, 3 de los top 5 productos son de **Martiderm**.



- De las clases que más decrecen en el segmento PEC, 3 de ellas pueden considerarse estacionales al tratarse de **productos para la Celulitis, Productos de cuidado de labios y Productos de hidratación de manos**.
- Igualmente, **el peso que tienen las top 5 clases que aportan al decrecimiento es bajo** en relación a las clases que aportan, lo que favorece el crecimiento del segmento PEC para este mes.

9 de las Top 10 clases de PEC crecen, siendo la de productos para el cuidado y belleza corporal de la mujer la única que decrece (-6,6%)

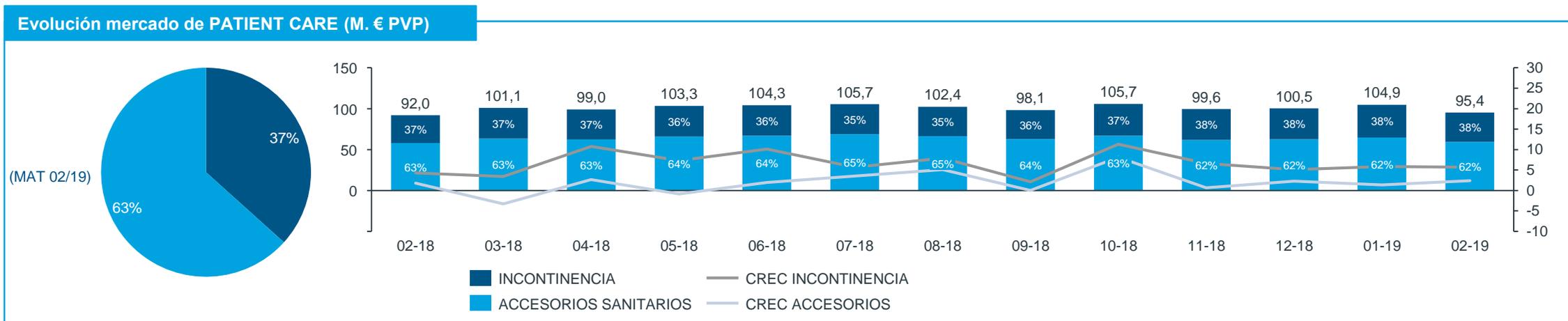
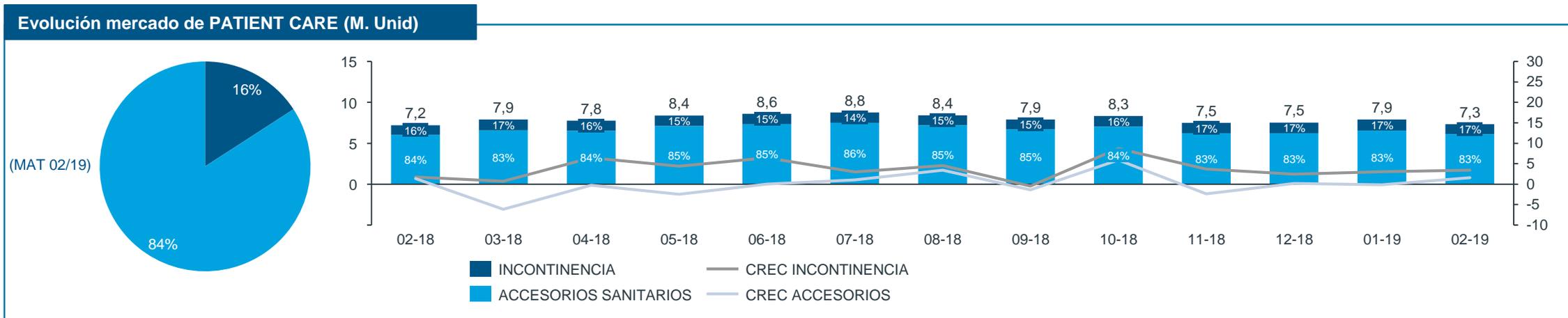
Martiderm y Eucerin son las 2 de las top 5 Marcas que crecen a doble dígito



Total mercado PEC a MAT/2/19: 1.701 Mill. de € con un PPG del 2,0%

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

En el mes de febrero, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal aportan 5,1M€ al crecimiento del segmento PAC

Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca de 2M€, frenando el crecimiento de PAC

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	12.757K€	13,40%	5.101K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	2.958K€	3,10%	287K€
50A4 BOLSAS/PAQUET COLOSTOMIA	4.475K€	4,70%	251K€
55A2 AGUJAS DESECHABLES	988K€	1,00%	172K€
79A1 OTR PROD CUIDADO PACIENTE	732K€	0,80%	149K€

- En febrero, la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC es la 52B5 con **Productos para la incontinencia Braga Pañal, creciendo 5,1M€**. Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Bimedica, Indas, Essity, Ontex ID y Hartman). Todos ellos muestran crecimientos superiores al 30%, esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

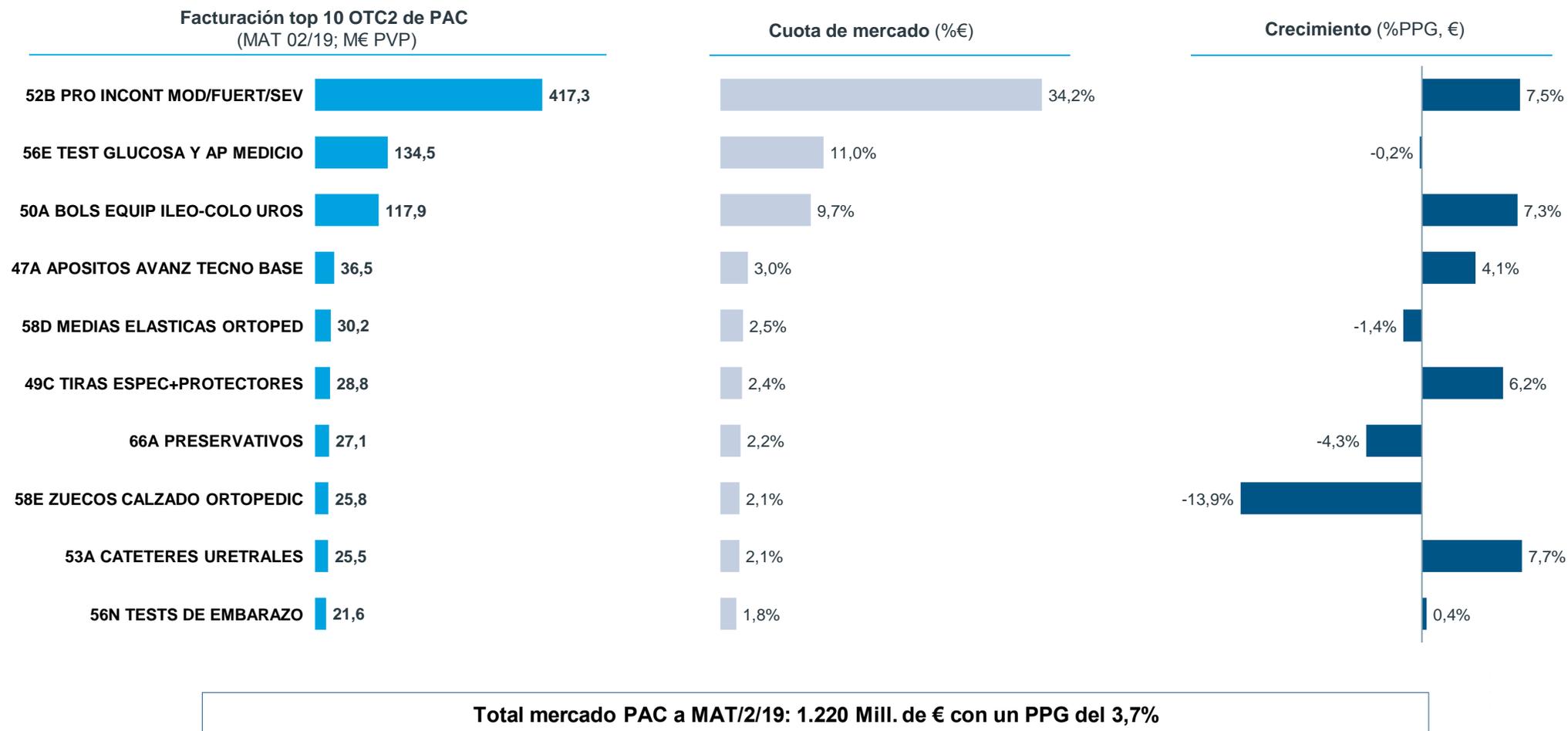
Clases con mayor decrecimiento este mes

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	1.446K€	1,50%	-122K€
52B2 ABSORBENT ANATOM RECTANGU	1.578K€	1,70%	-156K€
56E2 TESTS DE GLUCOSA EN SANGR	10.156K€	10,60%	-205K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	6.123K€	6,40%	-962K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	13.116K€	13,80%	-1.952K€

- Decrecen cerca de 2M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, los Top 5 laboratorios líderes en esta clase decrecen y 3 de ellos lo hacen a doble dígito.
- La segunda clase con mayor aporte al decrecimiento es la de Absorbentes anatómicos y cae un -13,6%, debido a la caída generalizada entre los players.
- Estos decrecimientos explican la sustitución de los productos para incontinencia utilizados tradicionalmente por la Braga-Pañal.**

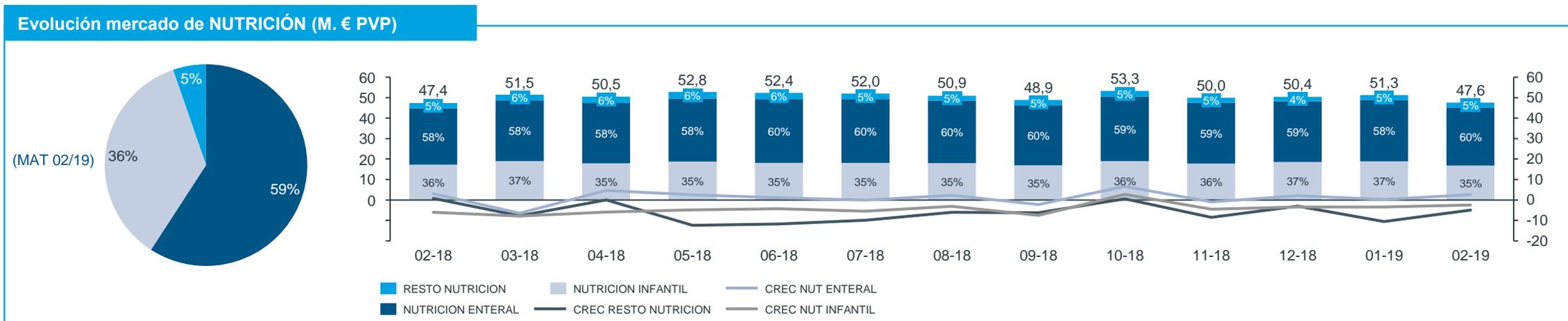
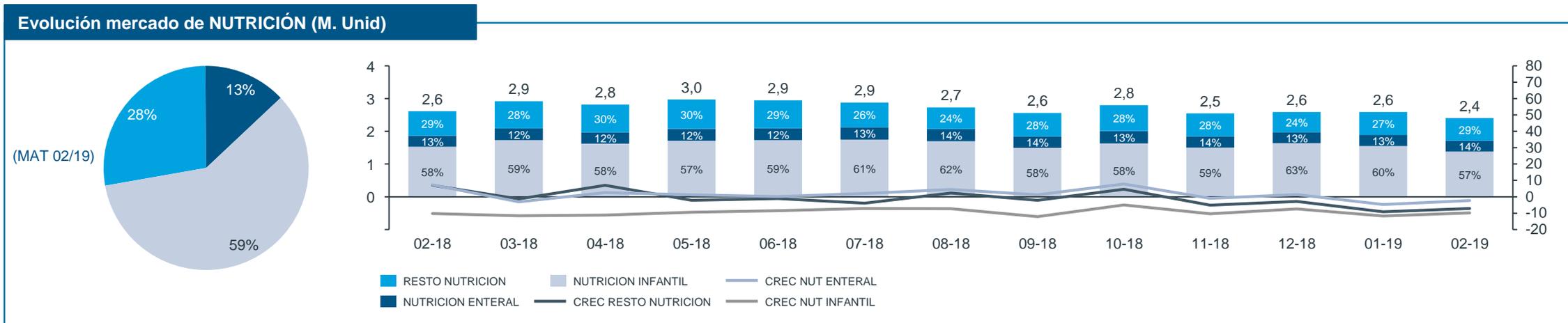
Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (34,2%) y también la que más aporta a este mercado (29,2 M€)

En el segmento de PAC decrecen 4 de las top 10 clases para el acumulado de los últimos 12 meses



El decrecimiento del mercado de nutrición en los últimos 12 meses se debe tanto al decrecimiento de nutrición infantil como al resto nutrición

En febrero 2019, nutrición enteral crece un +2,6%; nutrición infantil decrece -2,5% y el resto nutrición decrece un -4,9% 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

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

Siguen decreciendo las Leches Normales y los Cereales Infantiles Preparados en el canal de farmacia

Clases con mayor crecimiento este mes



- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de 740k€** en el mes de febrero, en estas clases vemos que **4 de los 5 líderes muestran evolución positiva**. En este top 5 **laboratorios**, Fresenius y Persan destacan presentando crecimientos superiores al 10%.
- En la clase de **leches proteicas altamente hidrolizadas destacan Mead Johnson, Numil y Alter** que son los laboratorios con crecimientos positivos dentro de los 5 líderes para el periodo analizado.

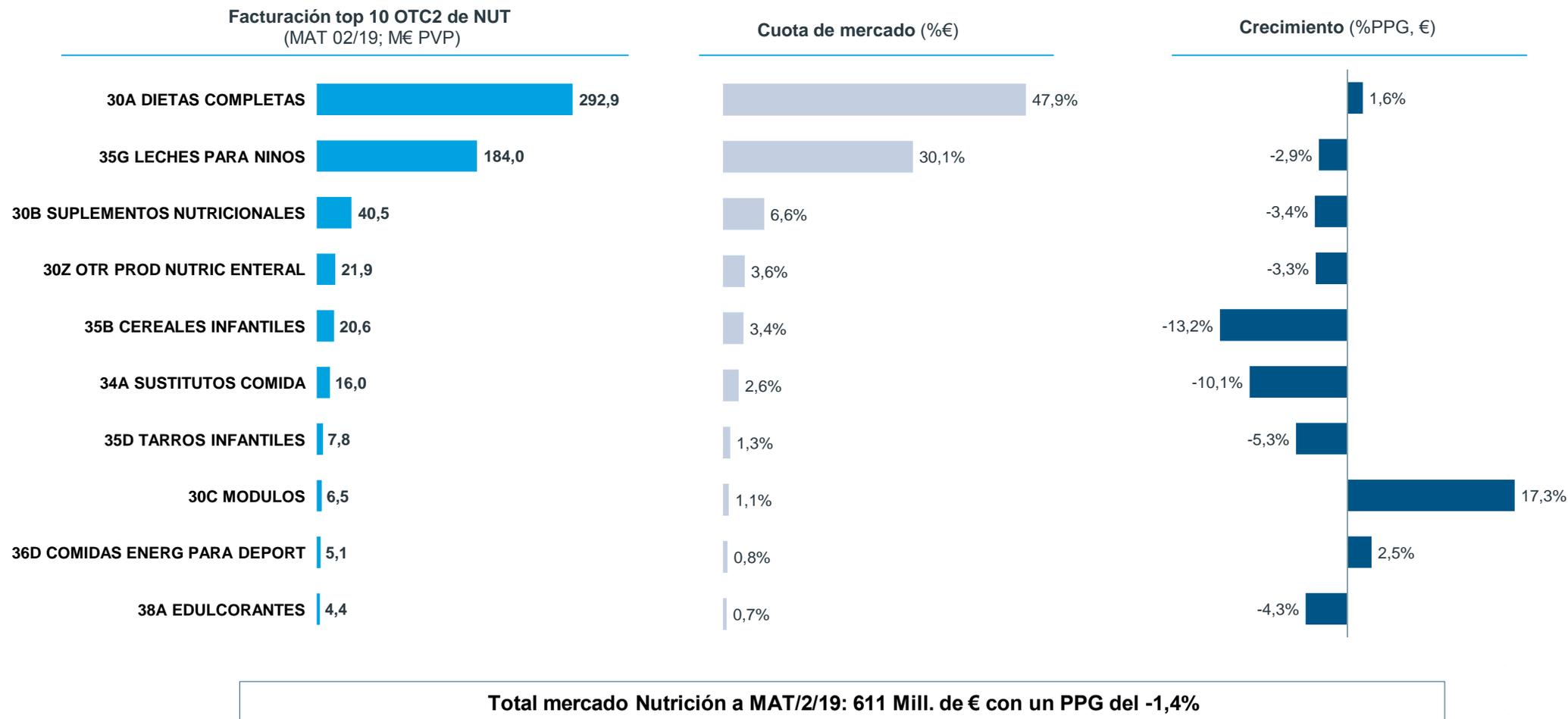
Clases con mayor decrecimiento este mes



- En la clase de **Cereales infantiles preparados** vemos una **caída generalizada de los diferentes laboratorios**: Ordesa, Lactalis, Nestle y Numil lo hacen a doble dígito.
- El mercado de **Leches normales** está muy concentrado y los top 5 laboratorios concentran el 89% del mercado. **4 de los 5 players caen**, siendo Nestle el único que crece para este segmento.

El mercado de nutrición decrece 8,7M €, siendo la categoría de las leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-2,9%, -5,6M €)

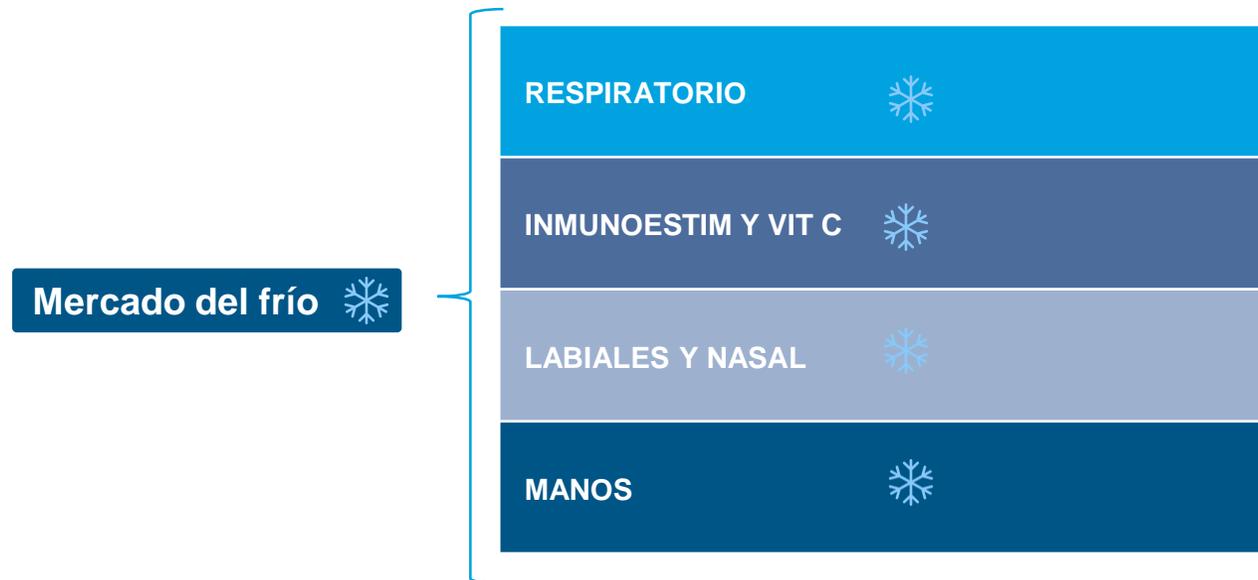
Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (47,9%) y evolución positiva



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**

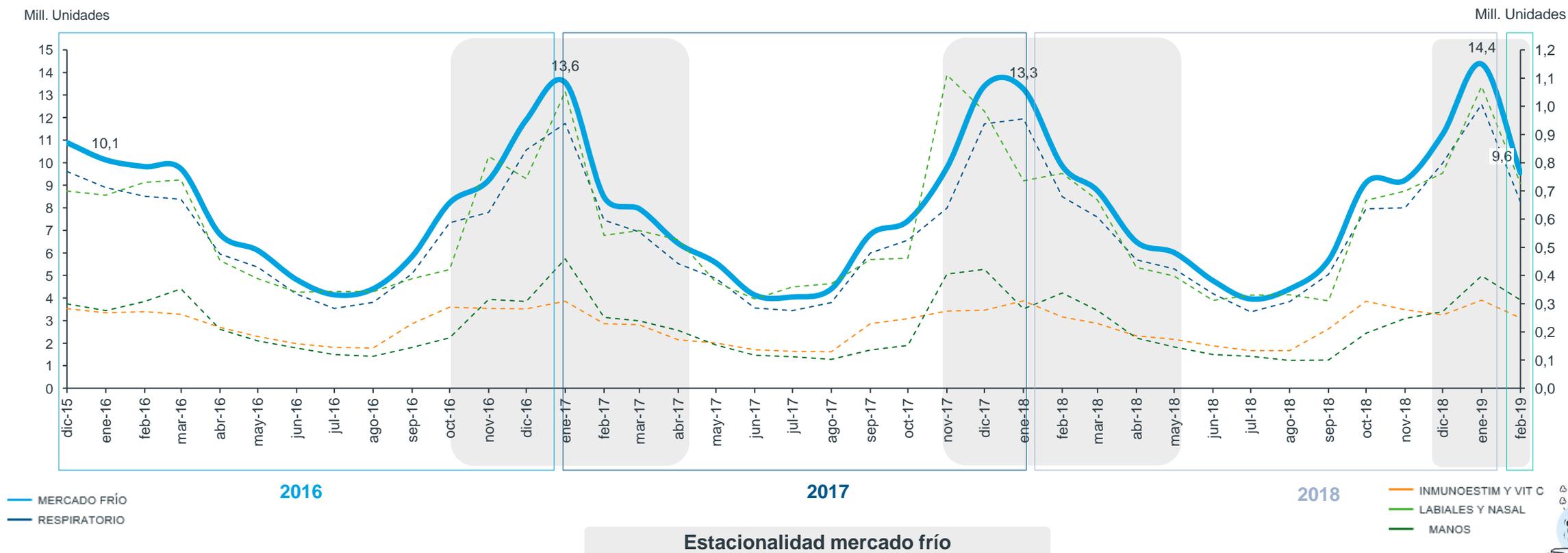
Definimos el mercado del frío como un conjunto de clases, mayoritariamente del aparato respiratorio



Las ventas de febrero decrecen un - 3,3% en unidades, lo que produce un cambio en la tendencia de los últimos meses

La categoría de manos es la categoría que mas decrece respecto al mes pasado.

Evolución mensual del Mercado del frío: clases analizadas (12/2015-02/2019)



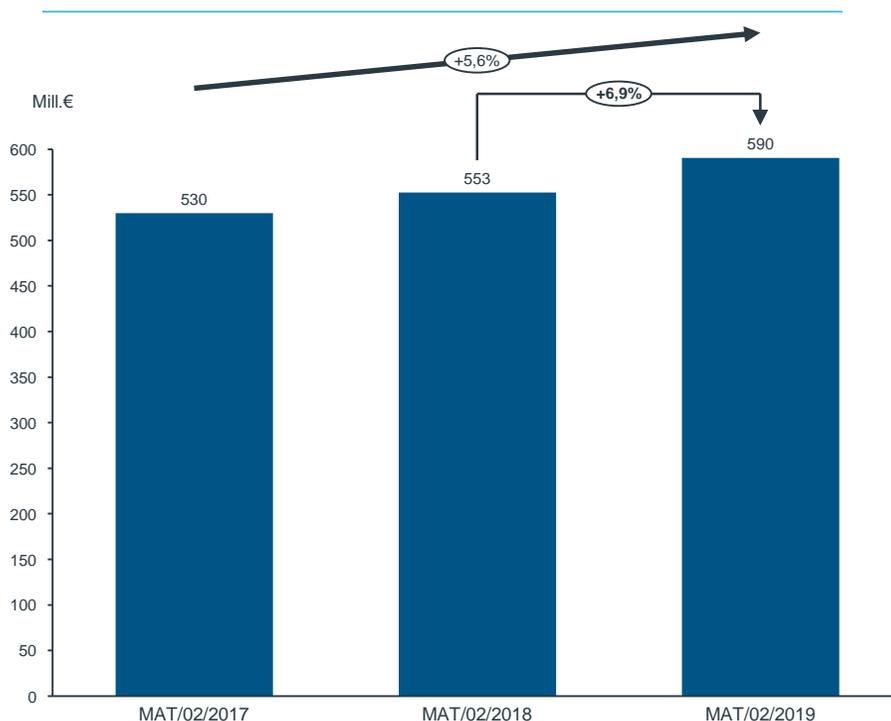
Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.200 farmacias (€PVP)
 *MERCADO DEL FRÍO = Categorías analizadas: RESPIRATORIA, INMUNOESTUM Y VIT C, LABIALES Y NASAL, MANOS



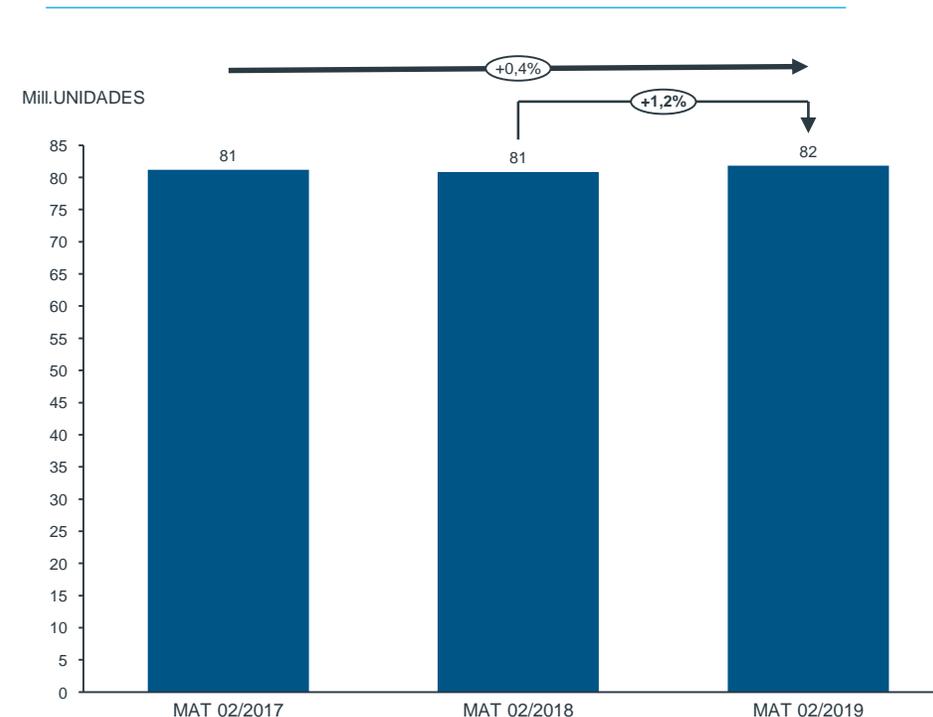
En los últimos 3 años, las ventas de los productos incluidos en la categoría de respiratorio han crecido en un +5,6% en valores

Para los últimos 12 meses, el crecimiento en valores es mucho más acelerado que el crecimiento en unidades

Evolución categoría aparato respiratorio
(Mill. € PVP, MAT 02/2019)



Evolución categoría aparato respiratorio
(Mill. UDS, MAT 02/2019)



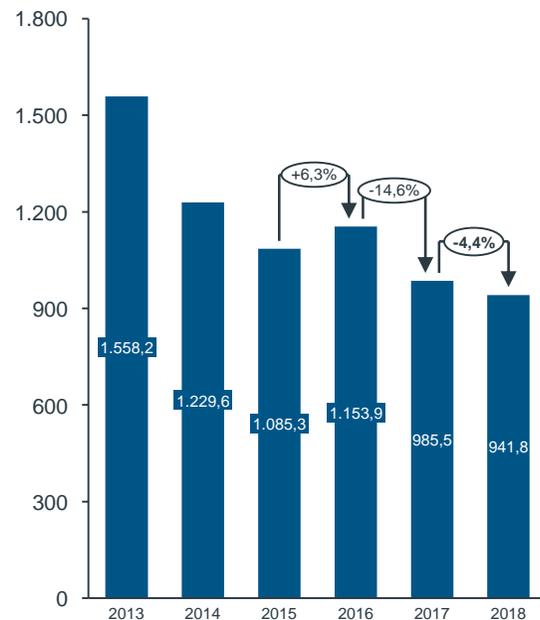
■ TOTAL RESPIRATORIO



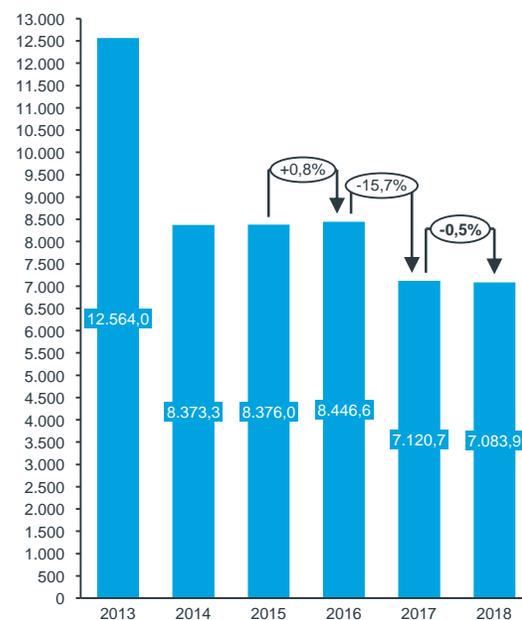
En 2018 se lanzaron 235 referencias nuevas que acumulan unas ventas de 7,1 M€

El precio medio de los lanzamientos para los periodos analizados muestran máximos en 2015 y 2016 y volvieron a bajar en 2018

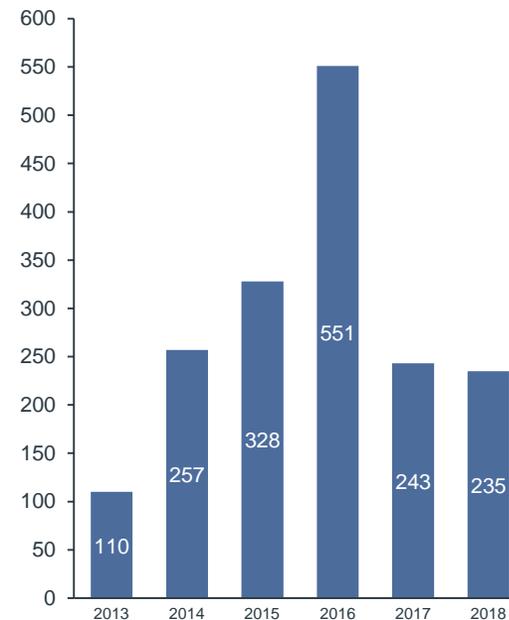
Ventas lanzamientos Mercado del Frío* (Miles Uds)



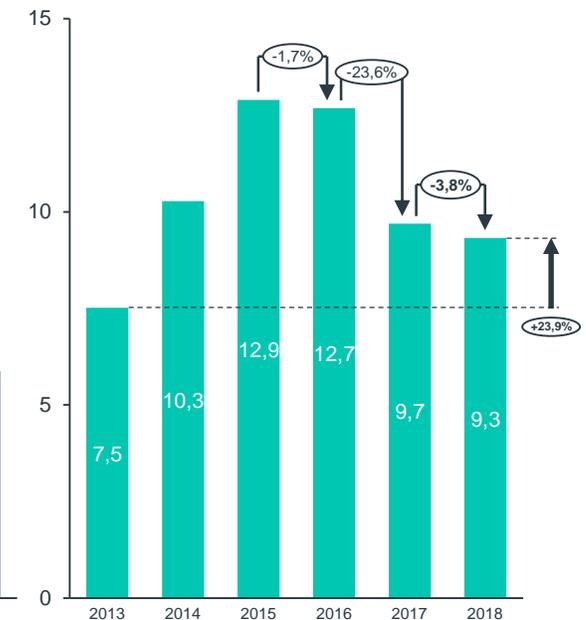
Ventas lanzamientos Mercado del Frío* (Miles €)



lanzamientos Mercado del Frío* (packs)



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



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.200 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 febrero 2019

Marzo 2019