

IMS Health & Quintiles are now



# Evolución del Mercado de la farmacia Española

*Actualización datos de agosto 2018*

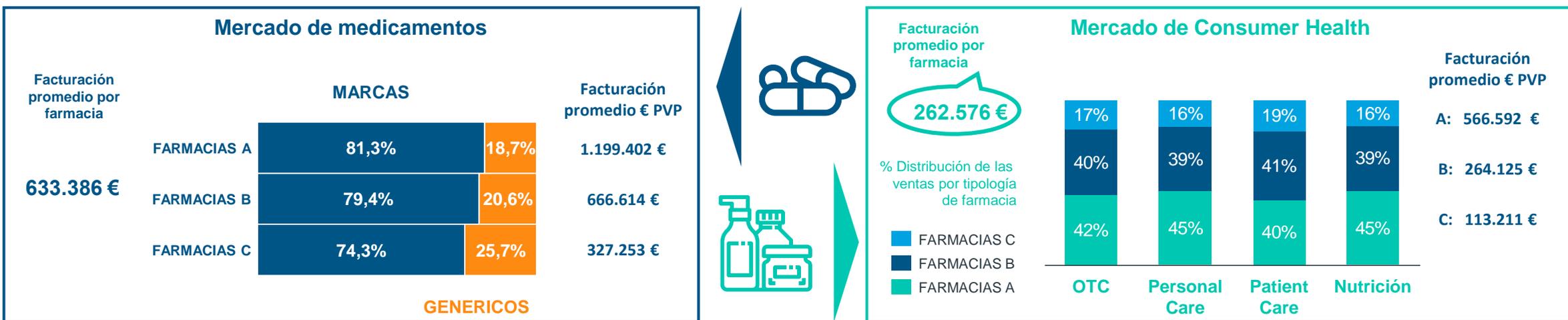
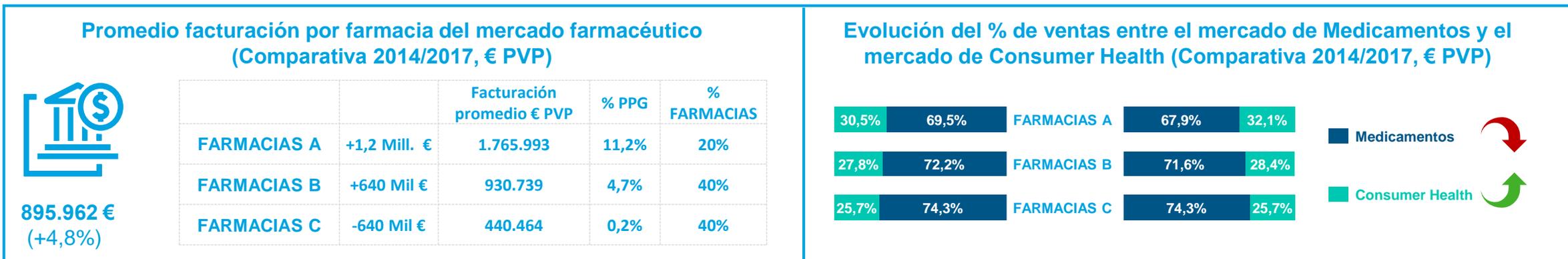
Septiembre 2018

# 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 los solares

# La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 5% en los últimos 3 años, el 29% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

*El peso 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 3 años*



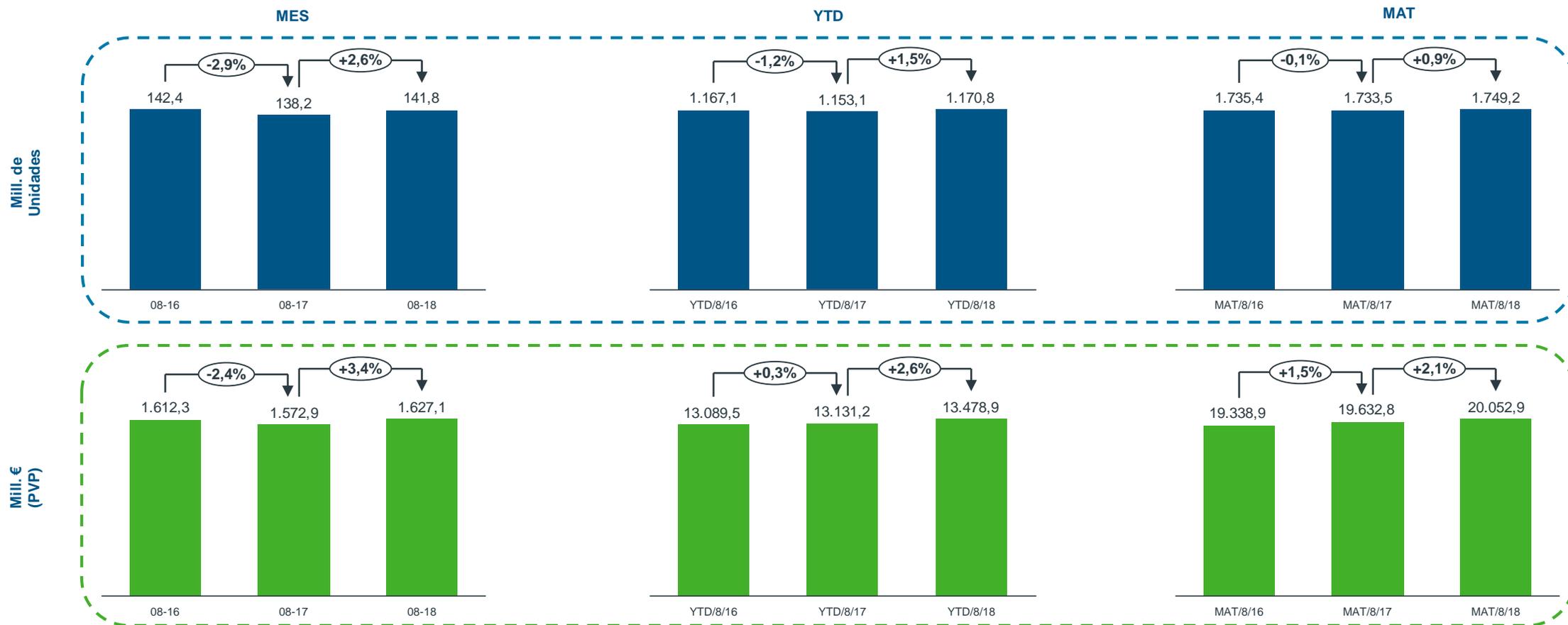
Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias  
 \*% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2017

# Índice

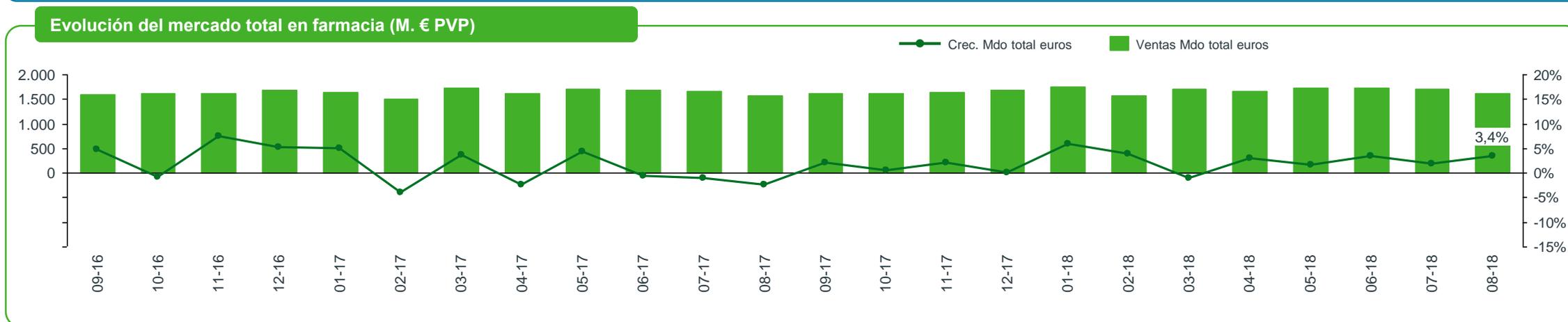
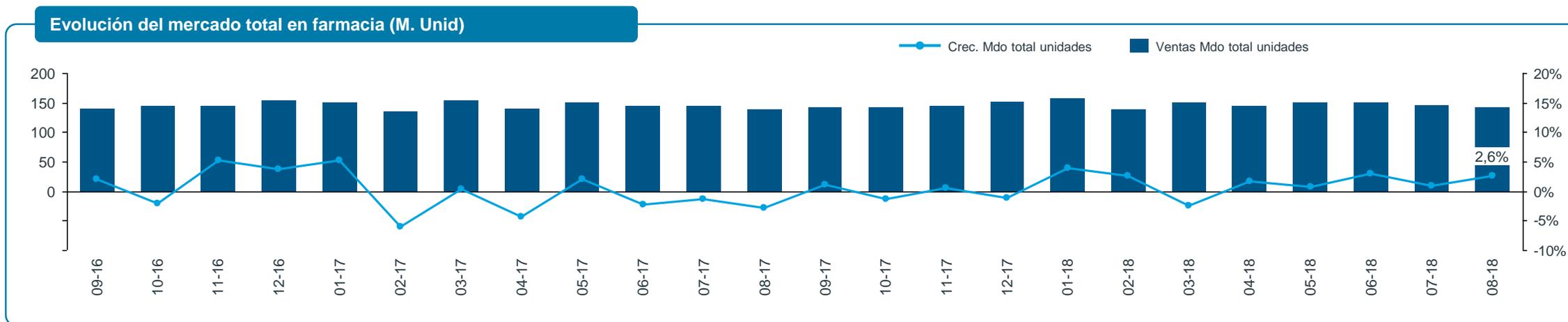
- + Indicadores clave de la farmacia española
- + **Evolución del mercado farmacéutico**
- + Evolución por segmentos:
  - + Análisis del mercado de Medicamentos
  - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
  - + El Mercado de los solares

# El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del 2,1% en valores y del 0,9% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

## Total mercado farmacéutico



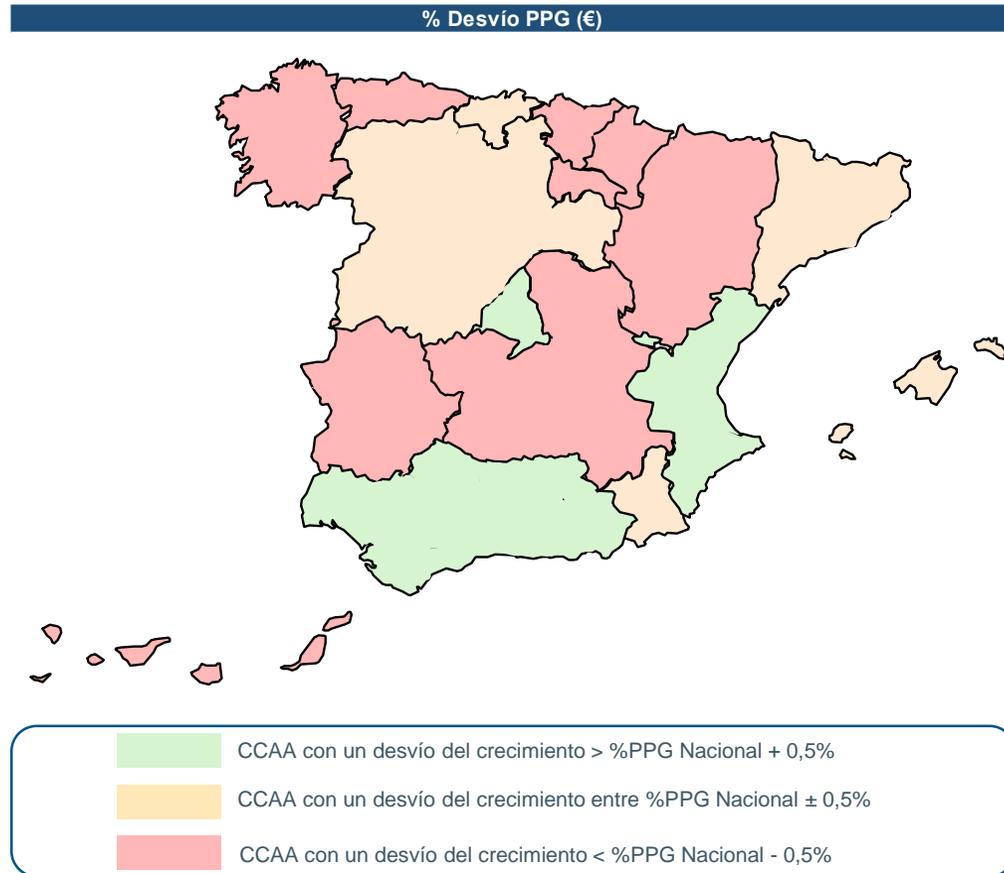
# Siguiendo con la tendencia positiva de julio, en agosto se observa un crecimiento interanual del 3,4% en valores y del 2,6% en volumen



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

# 4 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



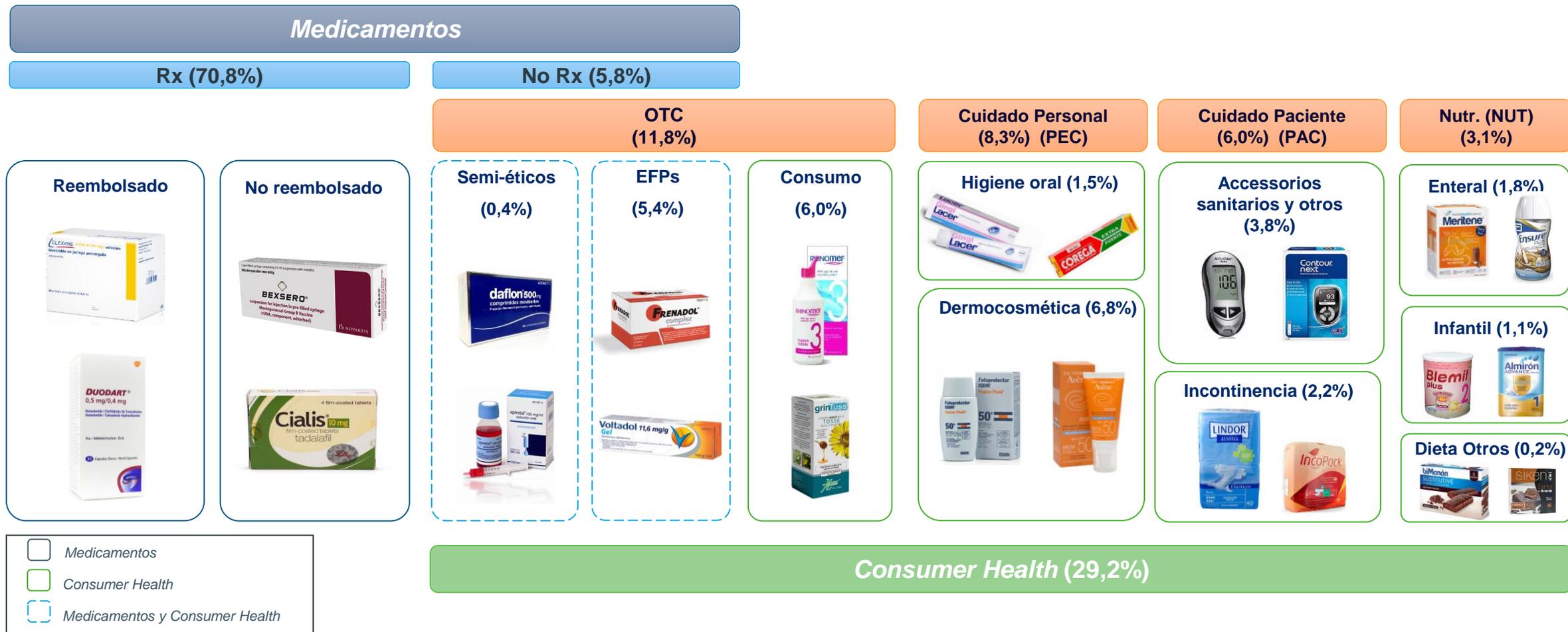
MAT/8/2018	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (%, €)
ANDALUCIA	4,0%	34,3%
COMUNIDAD VALENCIANA	3,0%	16,5%
MADRID	2,9%	16,7%
BALEARES	2,3%	2,3%
MURCIA	2,0%	3,0%
CATALUÑA	2,0%	13,9%
CANTABRIA	1,8%	1,2%
CASTILLA LEON	1,8%	4,4%
LA RIOJA	1,6%	0,5%
CASTILLA LA MANCHA	1,6%	3,1%
EXTREMADURA	1,3%	1,6%
ASTURIAS	0,8%	0,9%
ARAGON	0,6%	0,8%
ISLAS CANARIAS	0,4%	0,9%
GALICIA	0,1%	0,3%
PAIS VASCO	0,0%	0,0%
NAVARRA	-0,9%	-0,5%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>2,1%</b>	<b>100%</b>

# 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 los 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 08/2018 sobre el mercado farmacéutico total  
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 07/2018  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

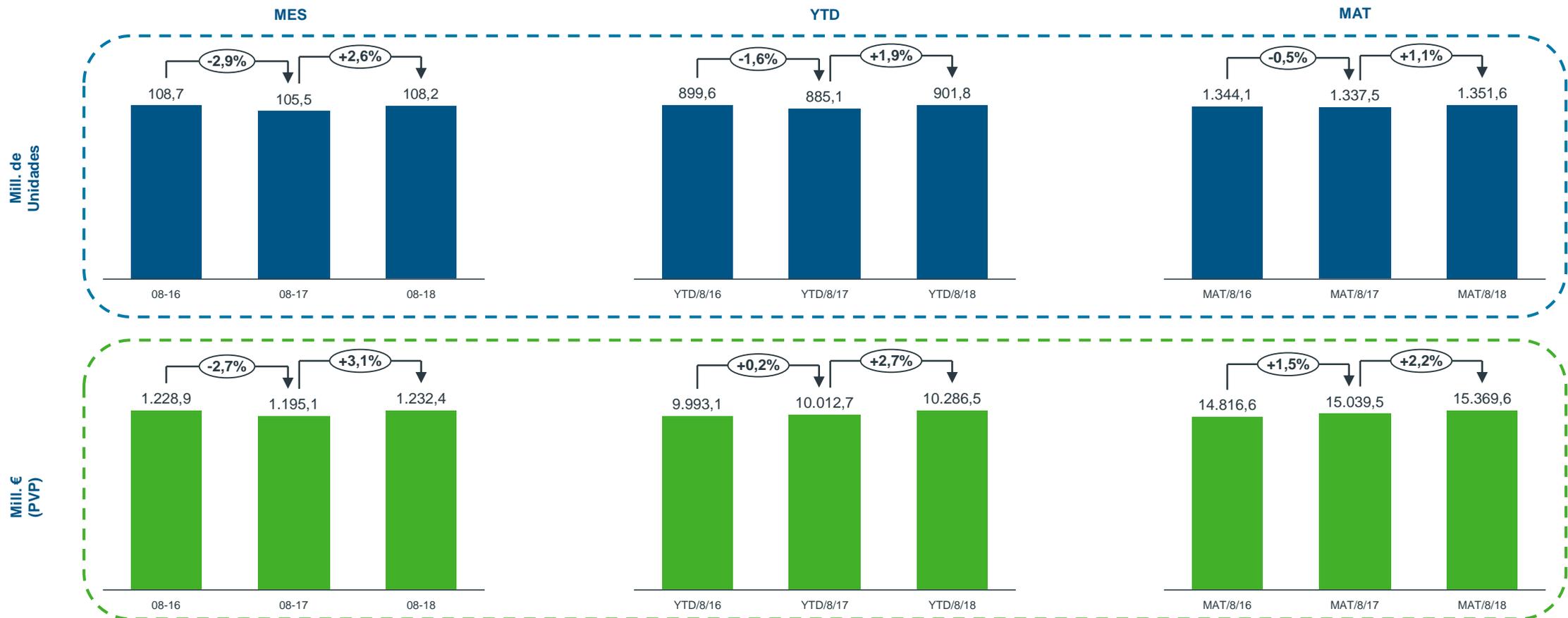
# Índice

- + 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 los solares

# El mercado de medicamentos muestra crecimientos positivos tanto en valores como en unidades para todos los periodos analizados

El acumulado de todos los meses de este 2018 presentan mejores crecimientos que el año pasado, especialmente en volumen donde se revierte la tendencia negativa

## Mercado de Medicamentos



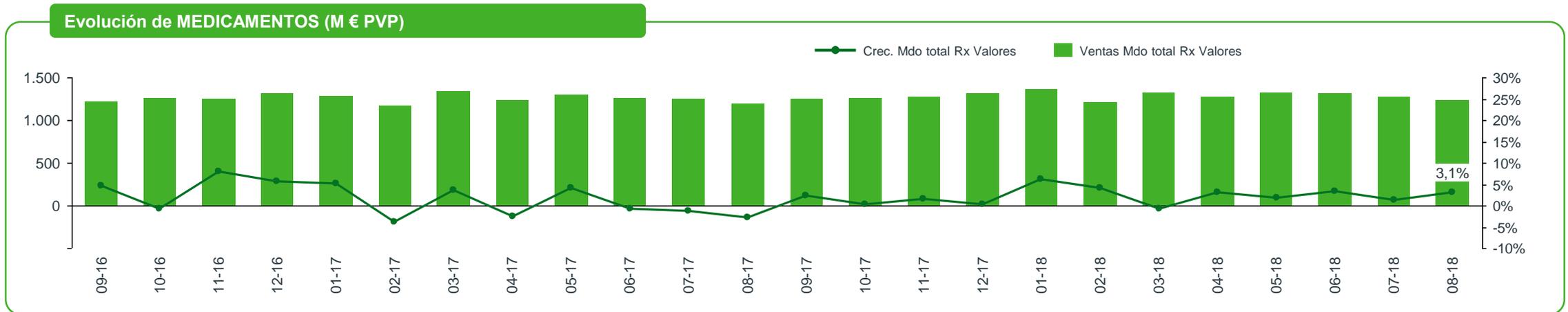
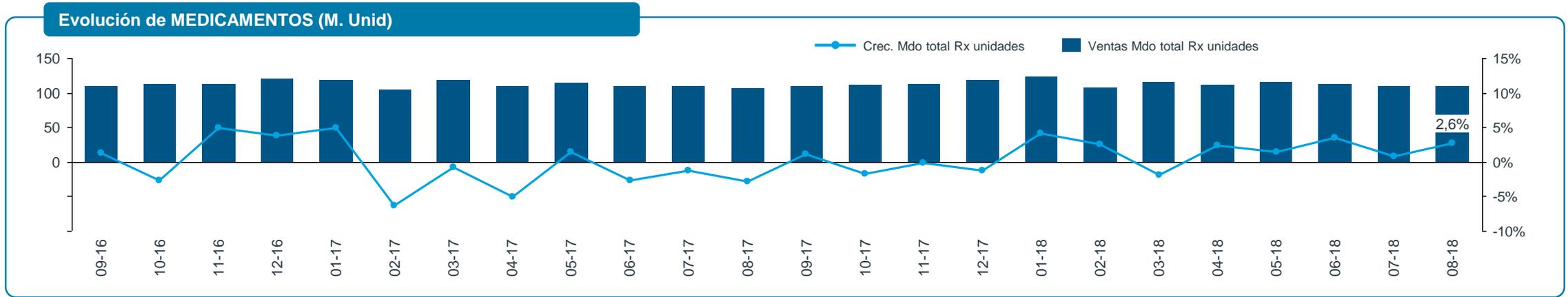
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

# En el mes de agosto el mercado crece tanto en valores como en unidades

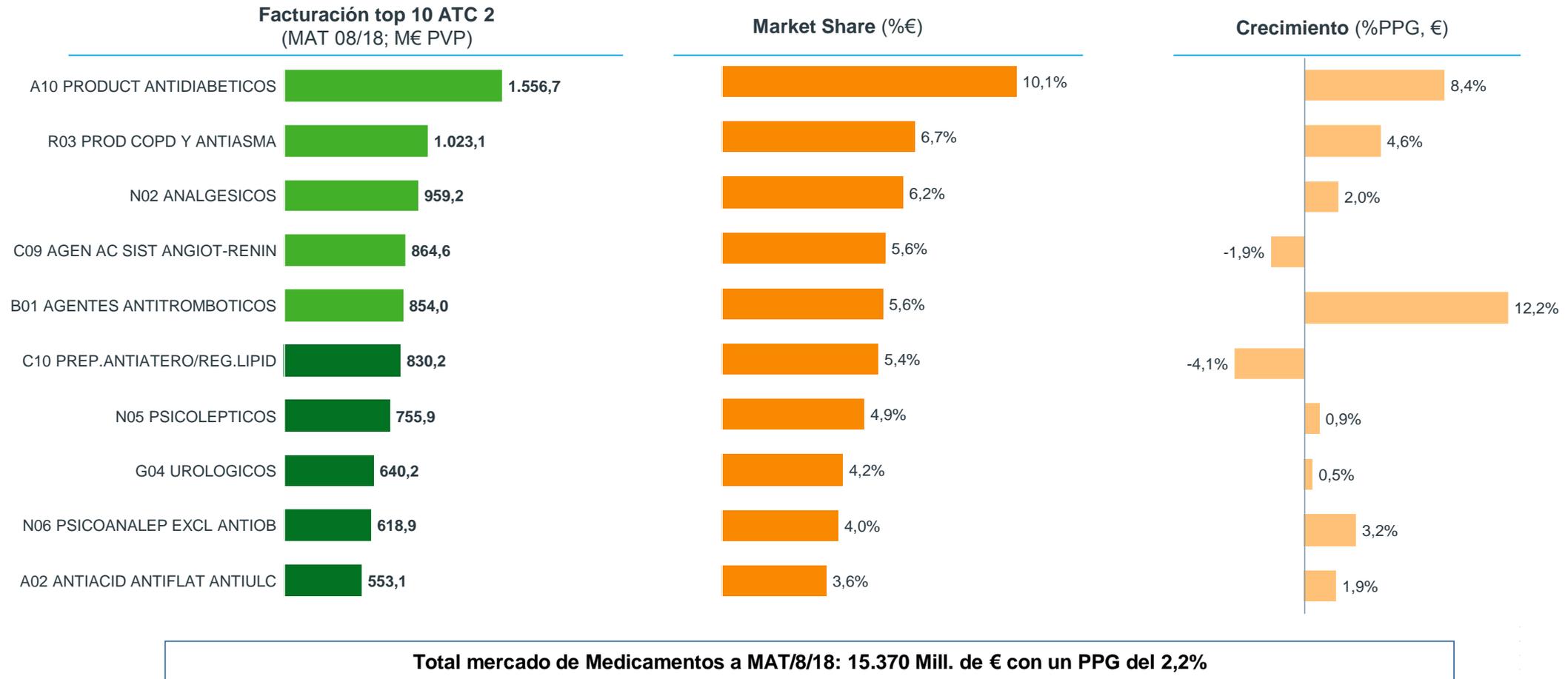
*El mercado muestra una evolución positiva, acentuando la tendencia de julio*



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

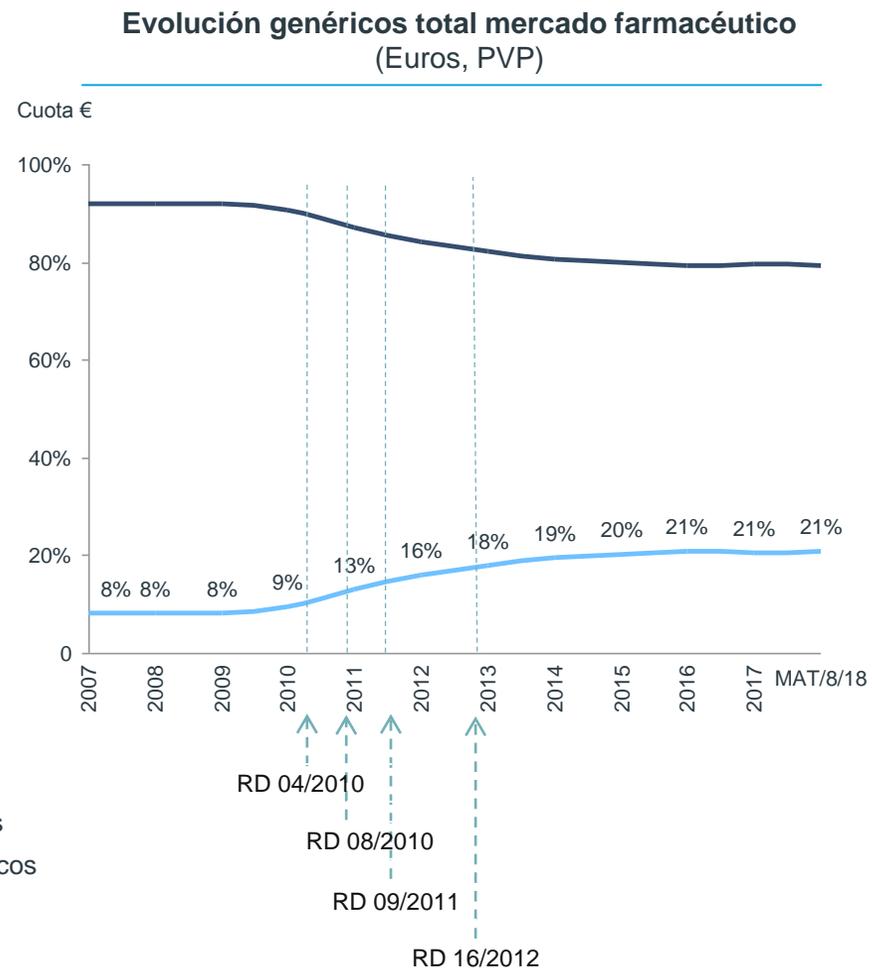
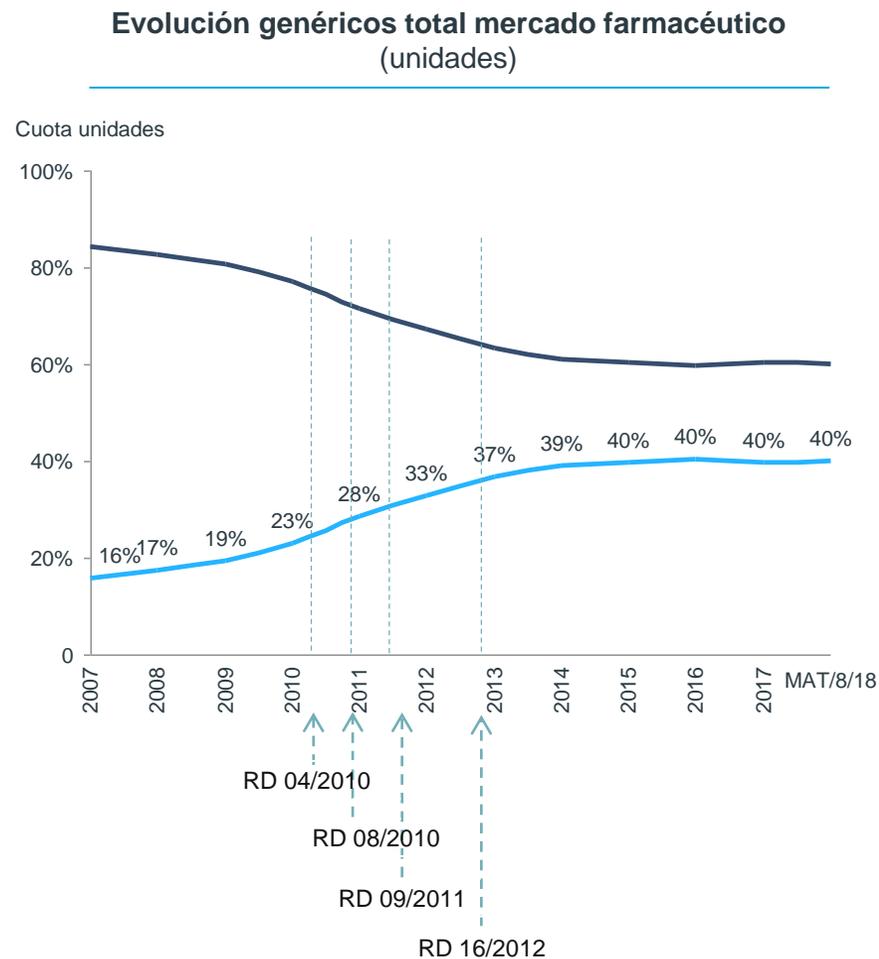
# Los NACOs y los antidiabéticos son las clases que más contribuyen al crecimiento positivo del mercado de prescripción

Aunque Clexane es el producto con mayor facturación de la clase de antitrombóticos, es el único de los Top 5 que decrece. Eliquis y Xarelto muestran crecimientos positivos de doble dígito.



# Tras unos años de crecimiento, desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades...

...este porcentaje baja hasta el 21% en valores

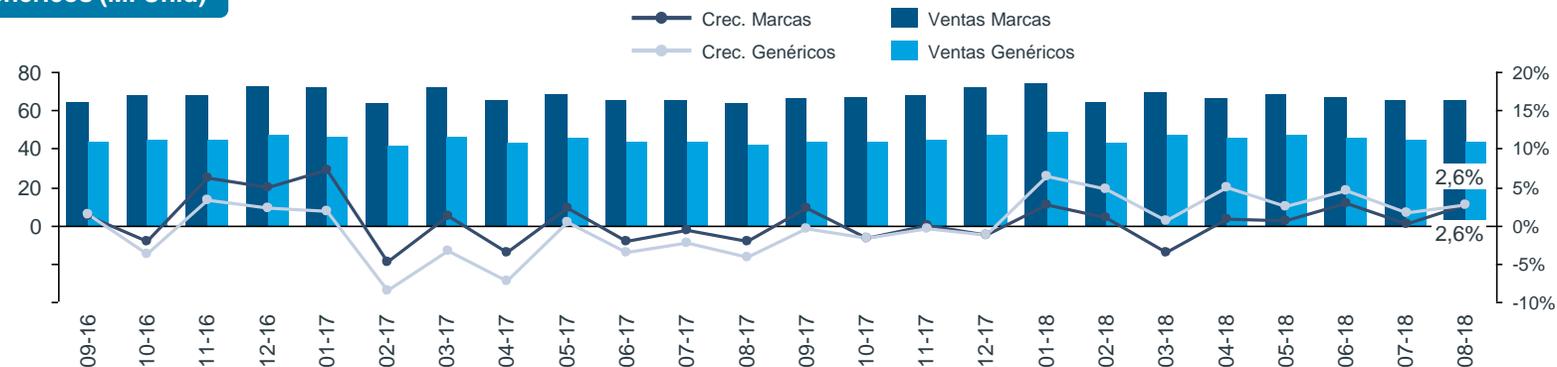
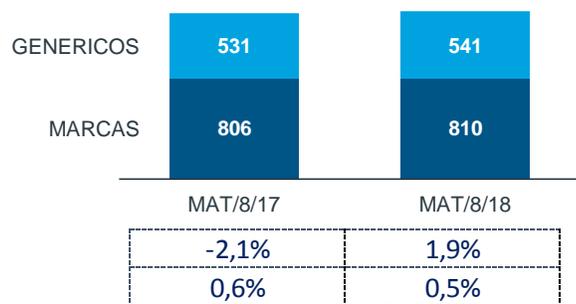


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

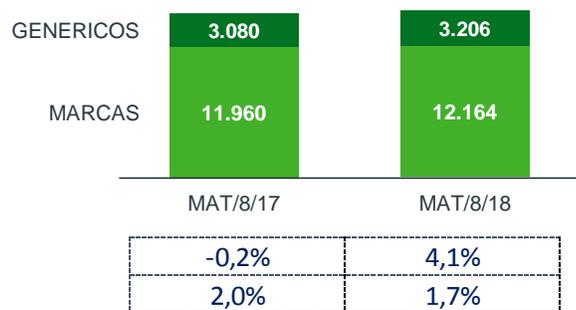
# En el acumulado de los últimos 12 meses, los genéricos muestran crecimientos superiores a las marcas tanto en unidades como en valores

*El periodo analizado muestra un gran cambio de tendencia respecto al 2017*

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

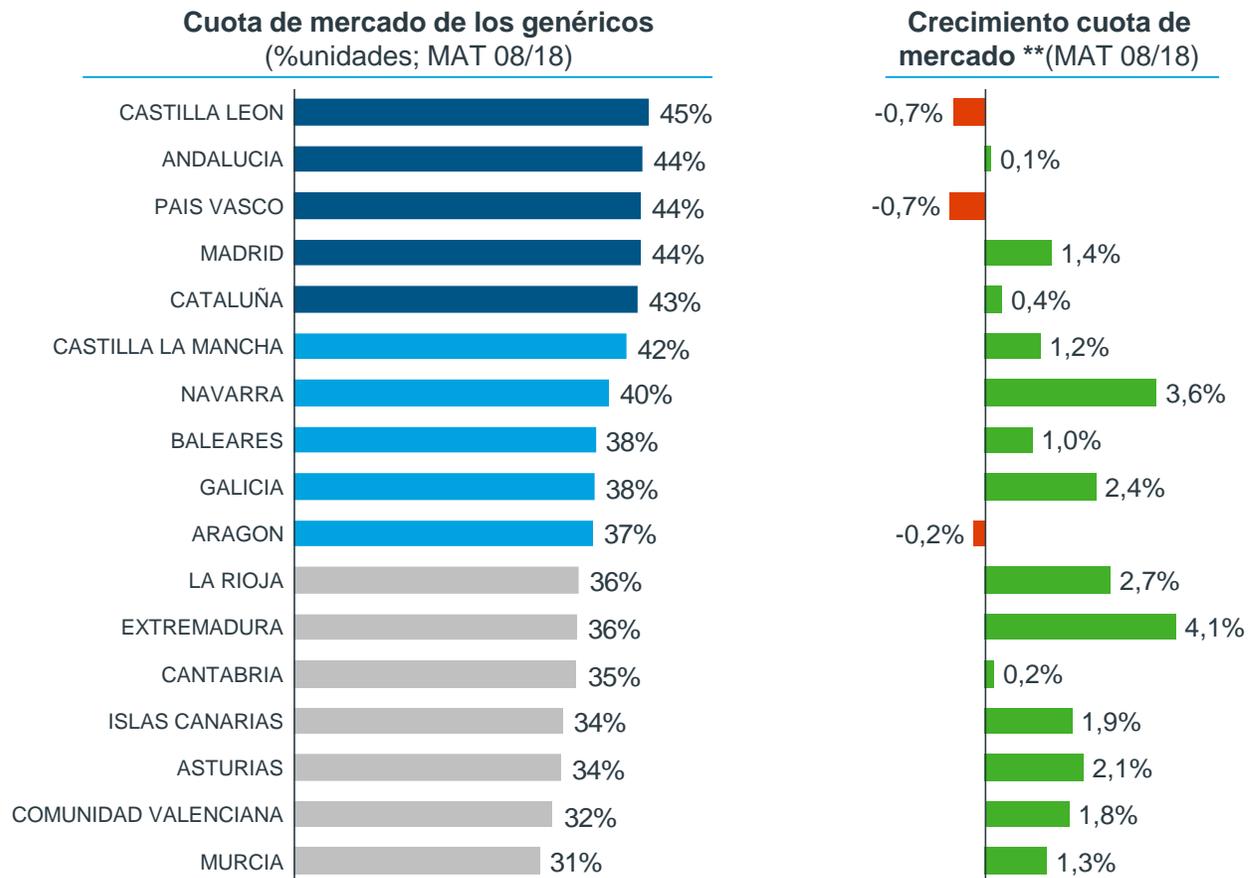
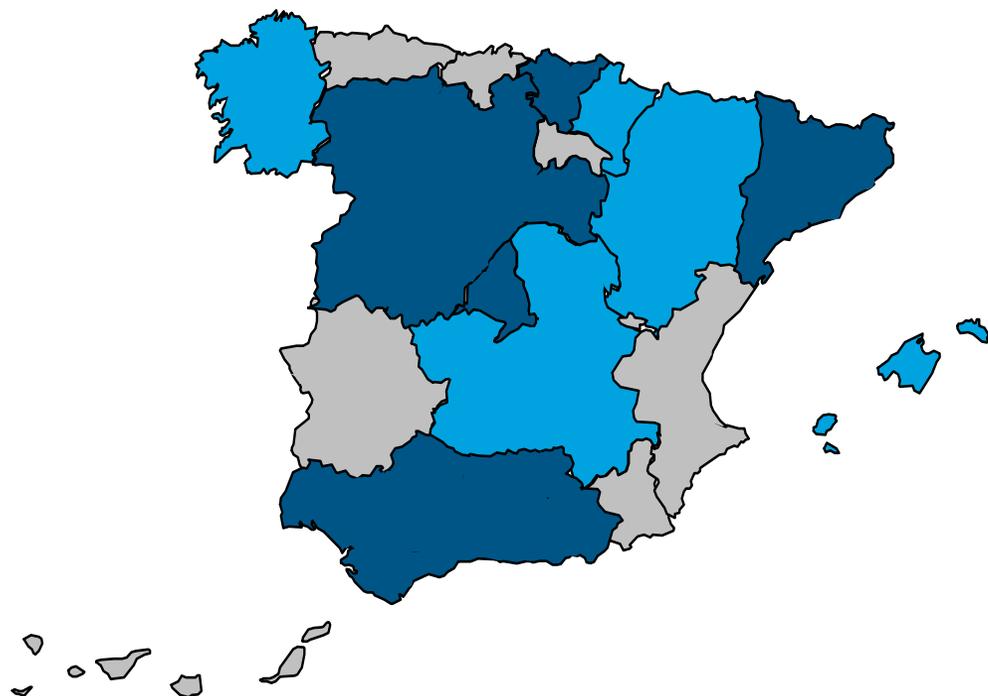


## Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. € PVP)



# En el último año, Castilla y León es la Comunidad Autónoma con mayor penetración de genéricos seguida de Andalucía y País Vasco

*No obstante, son Castilla y León, País Vasco y Aragón las regiones donde el genérico ha perdido mayor cuota de mercado vs el año anterior*



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

\*Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

\*\*Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

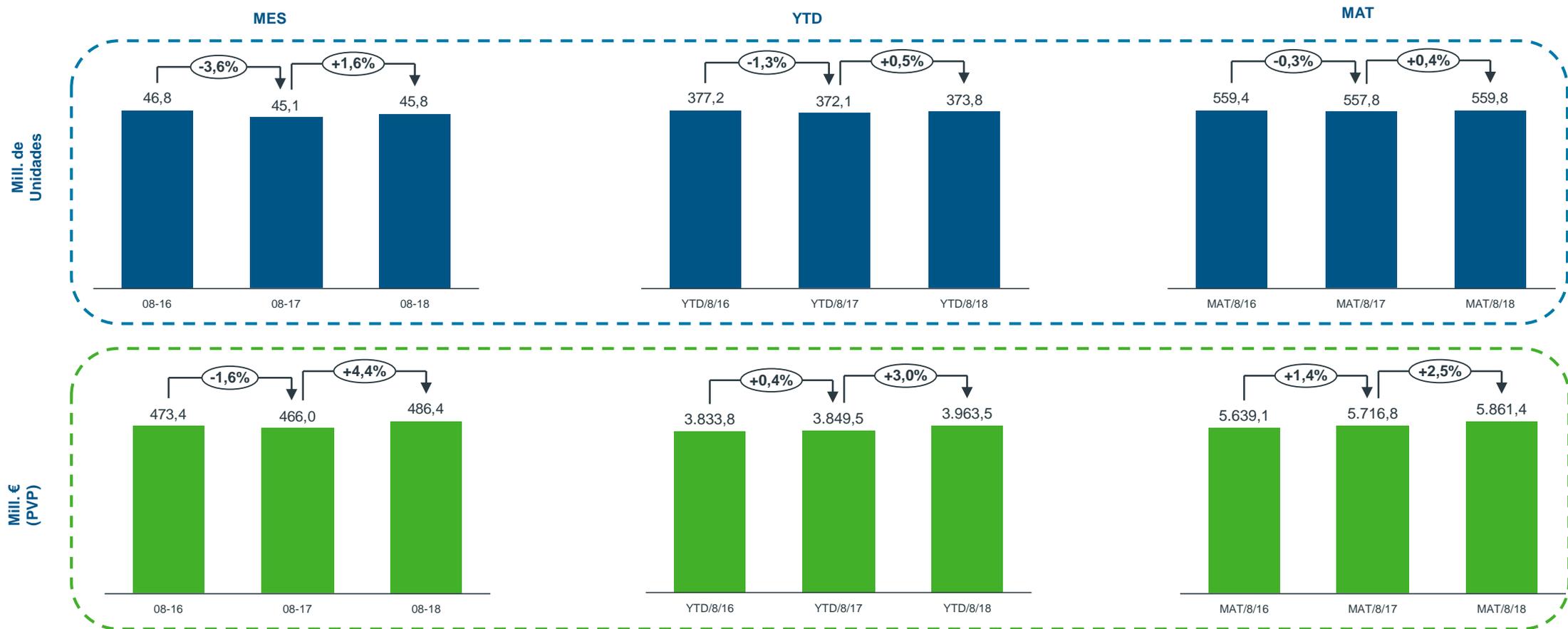
# Índice

- + 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 los solares

# En el acumulado del año, Consumer Health muestra tendencias positivas en volumen (0,4%) y además ha acelerado su crecimiento en valores (+2,5%)

*Al contrario que el año pasado, el mes de agosto presenta crecimientos tanto en unidades como en valores*

## Mercado de Consumer Health

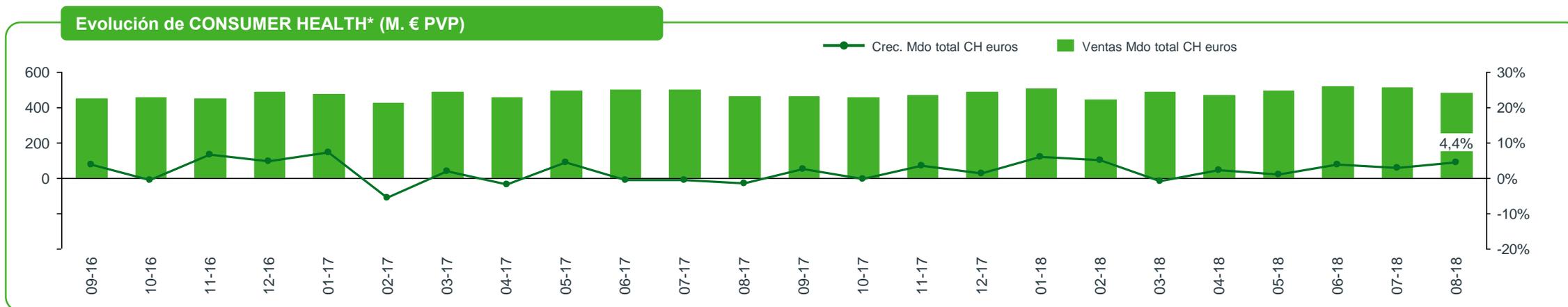


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semióticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

# El mercado de Consumer Health crece en el mes de agosto un 4,4% en valores y un 1,6% en unidades

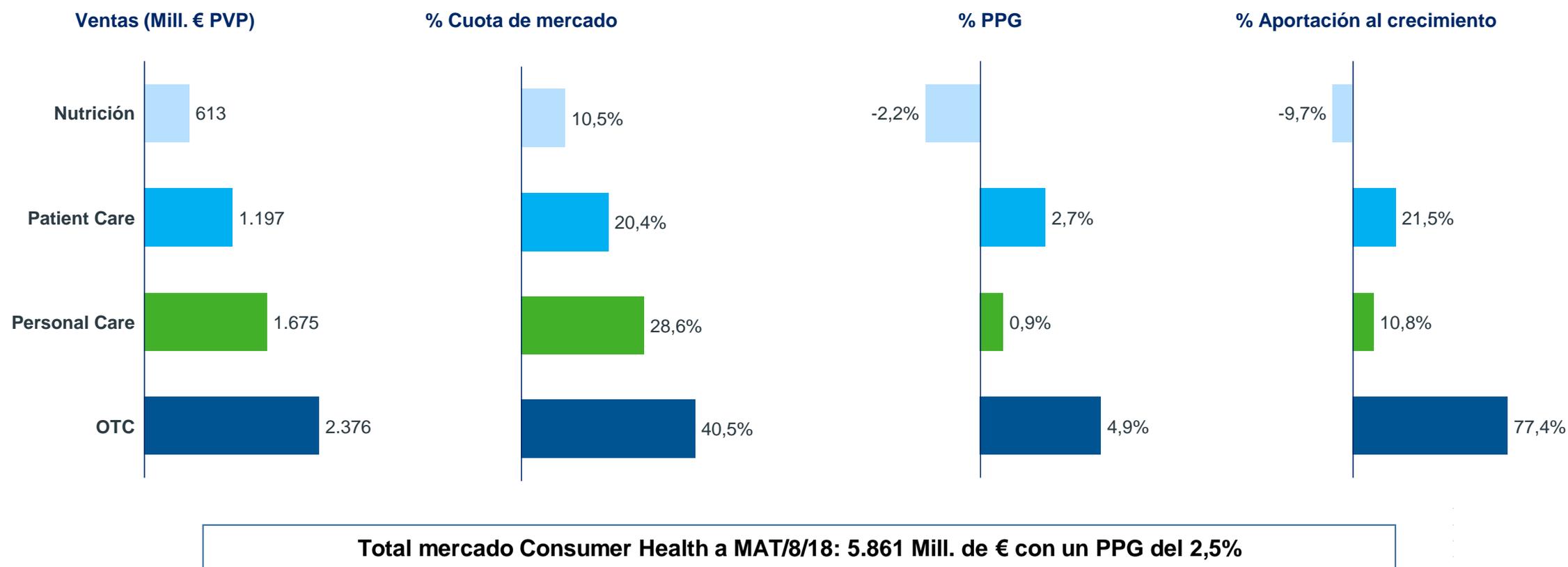


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

# El 77,4% del crecimiento del mercado de CH proviene del crecimiento del segmento OTC

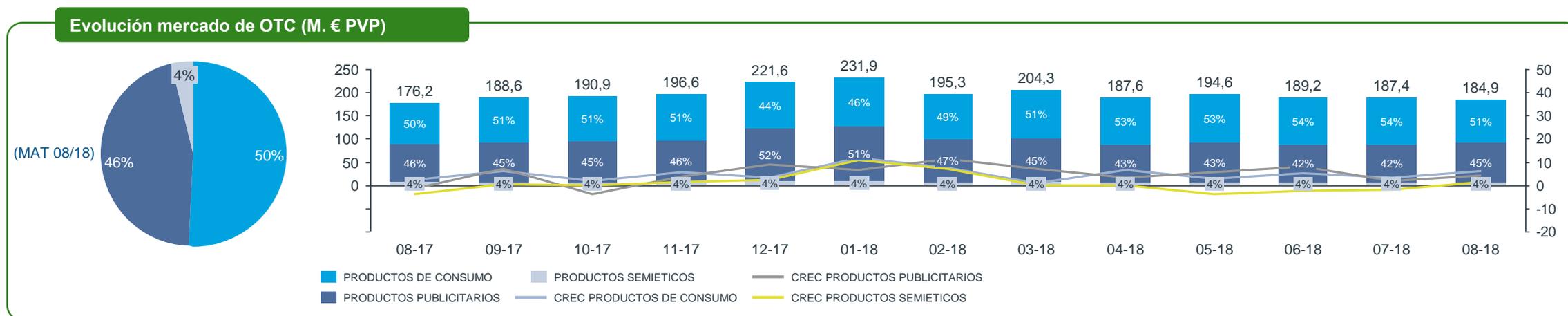
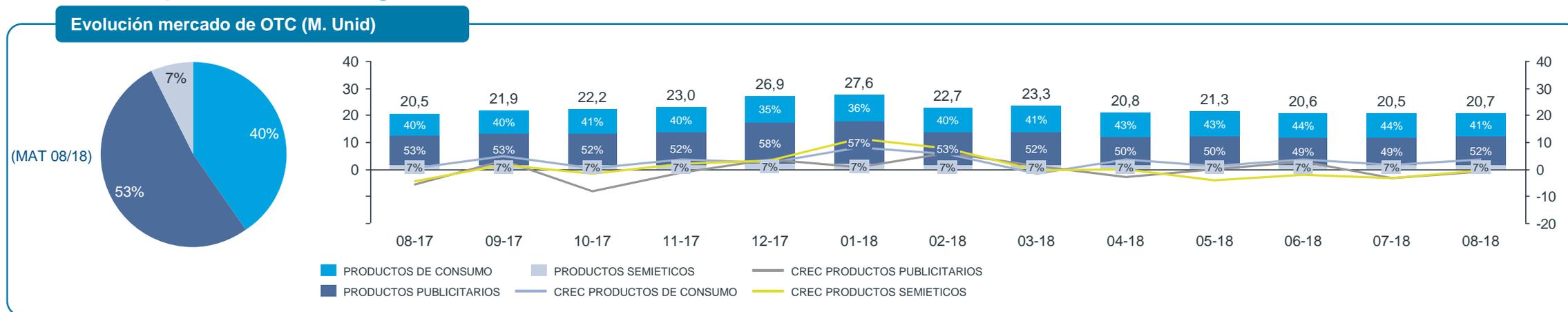
*El segmento de Nutrición sigue con tendencias negativas*

Mercado de Consumer Health (Mill.€ PVP, MAT 08/2018)



# Los productos de consumo son los que presentan mayor crecimiento durante el mes de agosto (6% en valores)

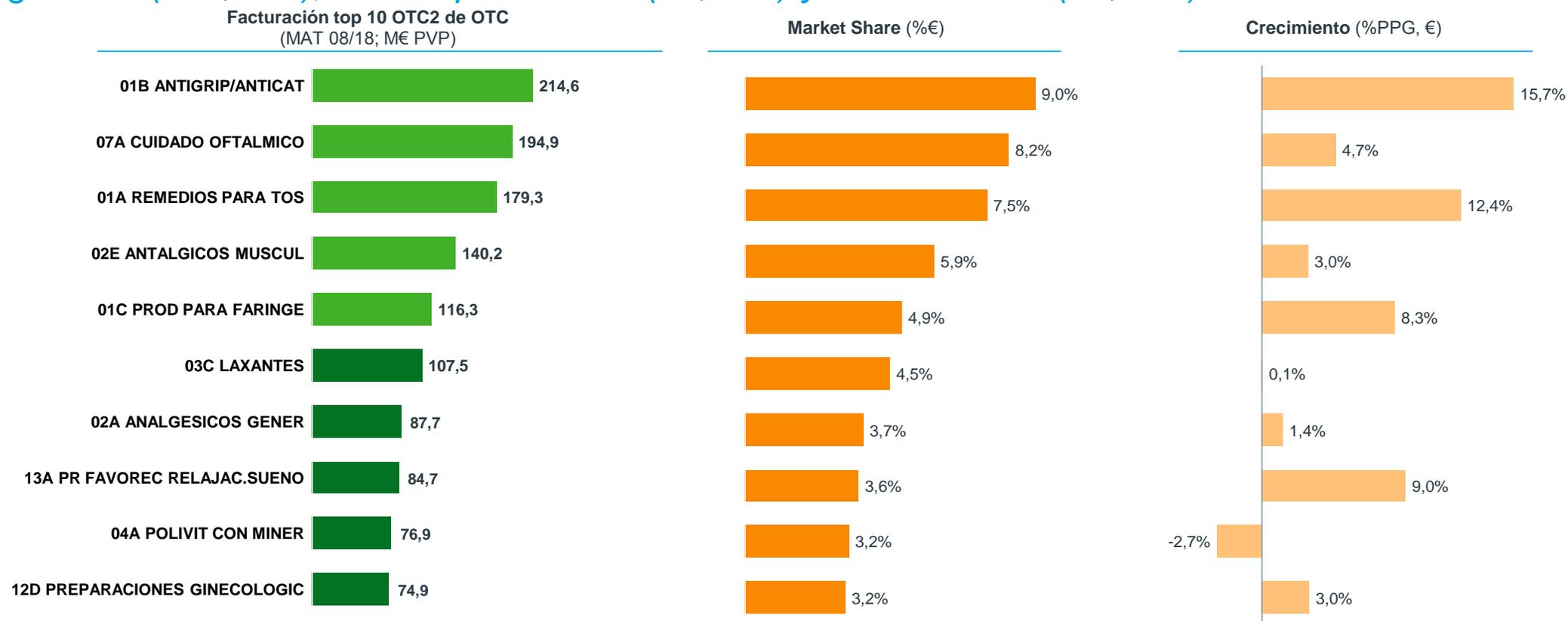
*Flutox y Almax, con un crecimiento de doble dígito, son los Top 2 productos que más contribuyen al crecimiento positivo del segmento OTC*



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

## 9 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los Polivitamínicos/Minerales los únicos que decrecen (-2,7%)

*Fuera del Top 10 en ventas, destacan positivamente en aporte al crecimiento las clases de Probióticos digestivos (+10,4M€), Gastro-protectores (+7,3M€) y Antidiarreicos (+6,5M€)*

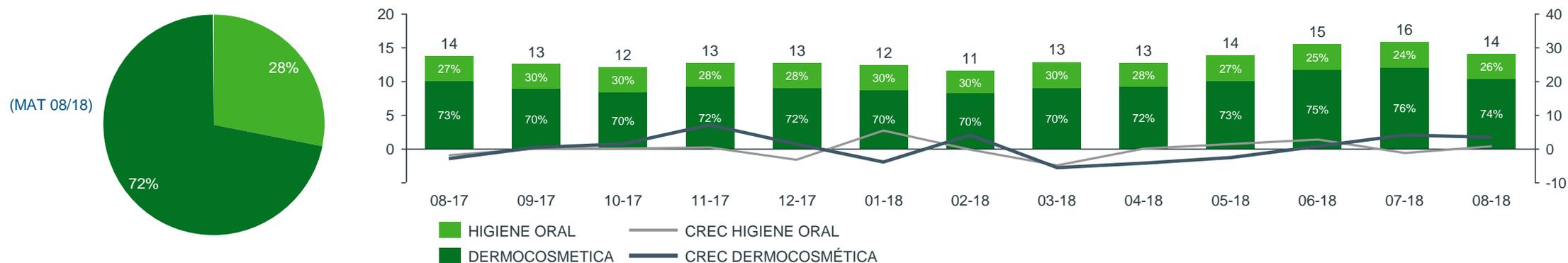


Total mercado OTC a MAT/8/18: 2.376 Mill. de € con un PPG del 4,9%

# Ambos subsegmentos de PEC (Dermocosmética e Higiene Oral) muestran tendencias positivas en valores y unidades para el mes de agosto

Dentro del Top 10 laboratorios en el segmento PEC destaca Cantabria Labs con un crecimiento del 10,1% seguido de GSK Consumer Health (+7,2%)

Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. Unid)



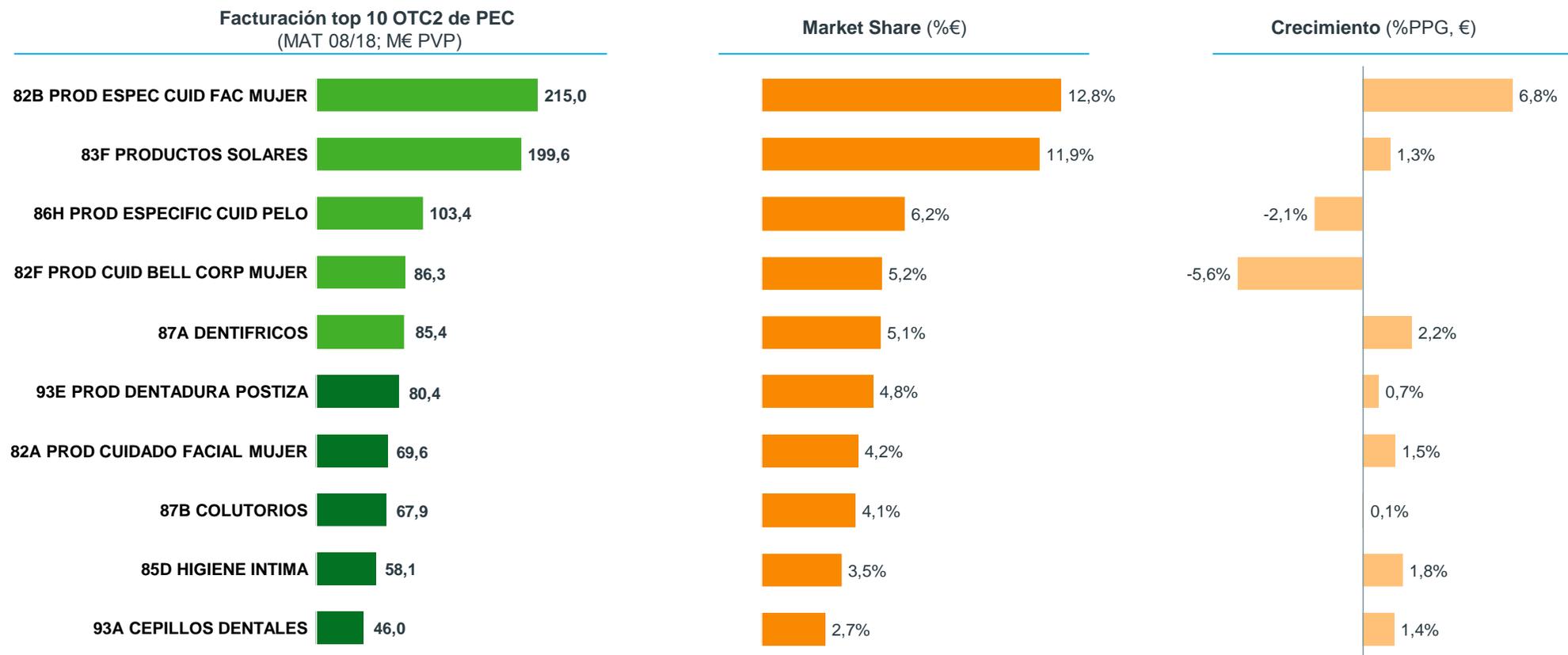
Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

# La clase del segmento PEC con mayor cuota de mercado, cuidado facial de la mujer, presenta crecimientos positivos principalmente por Martiderm

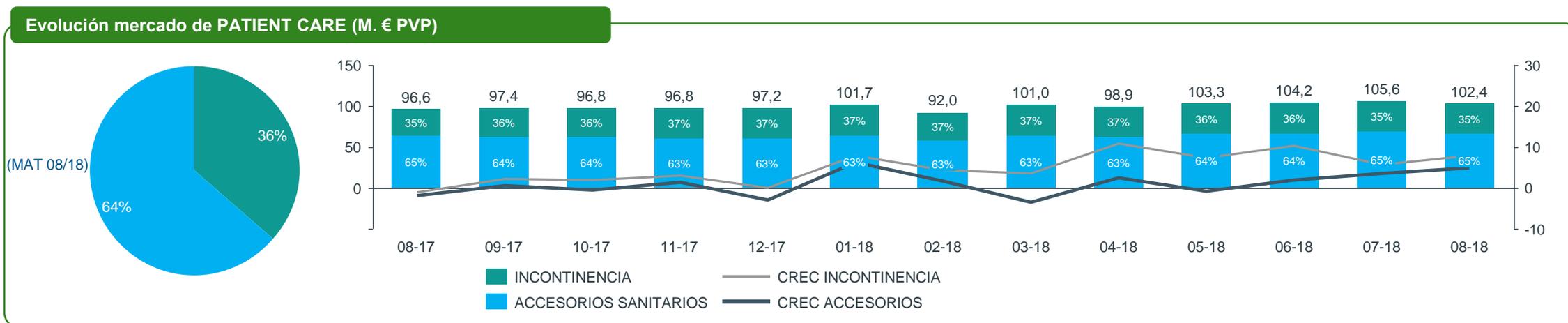
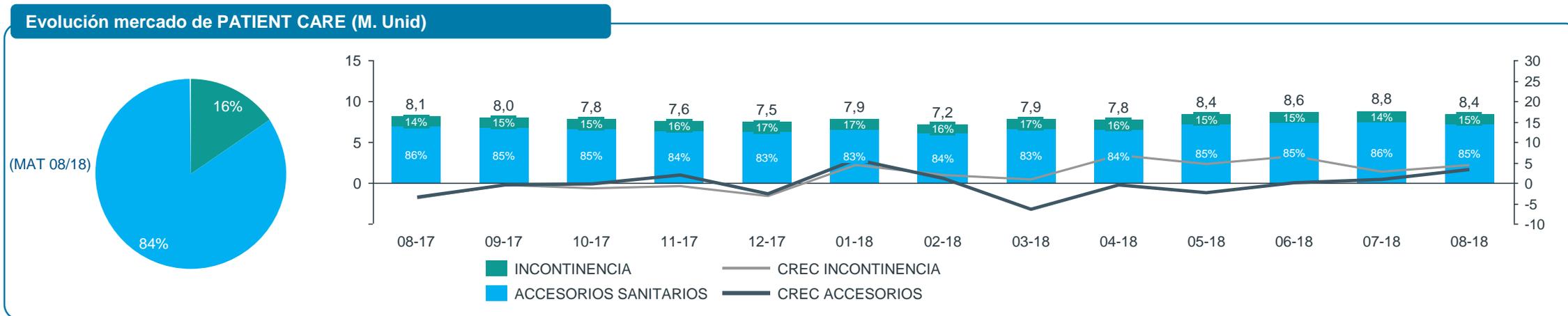
La OTC que más promueve el crecimiento negativo de los productos corporales es la clase de anticelulíticos, que decrece un 16,2%



Total mercado PEC a MAT/8/18: 1.675 Mill. de € con un PPG del 0,9%

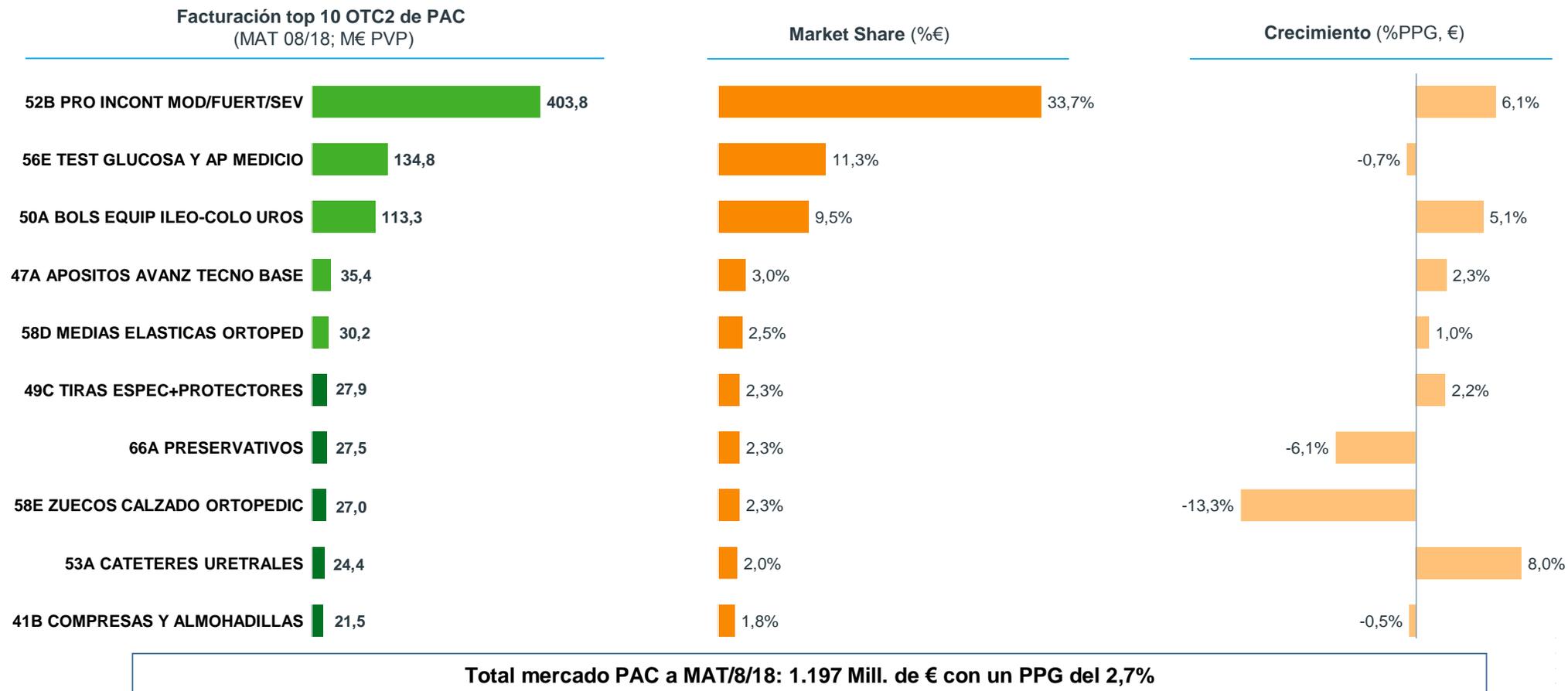
# En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 64% del mercado de PAC en valores

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



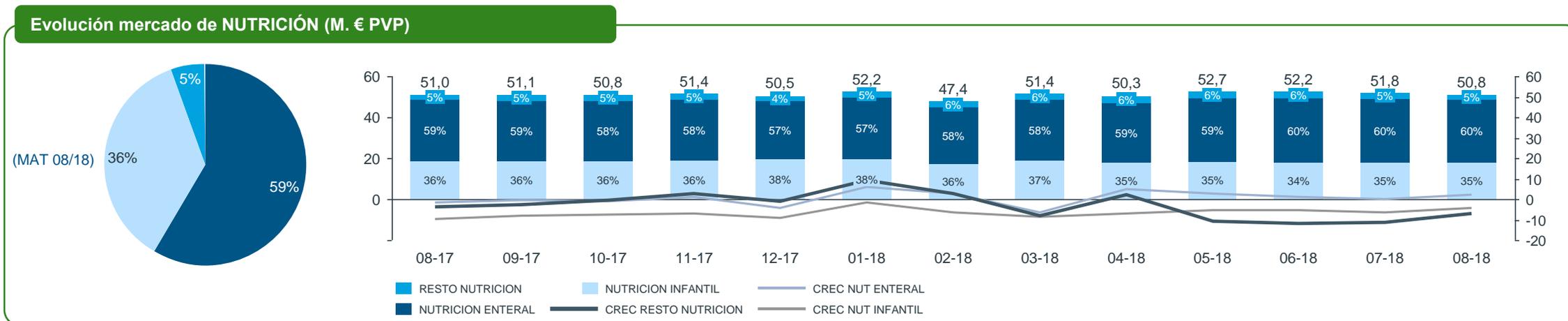
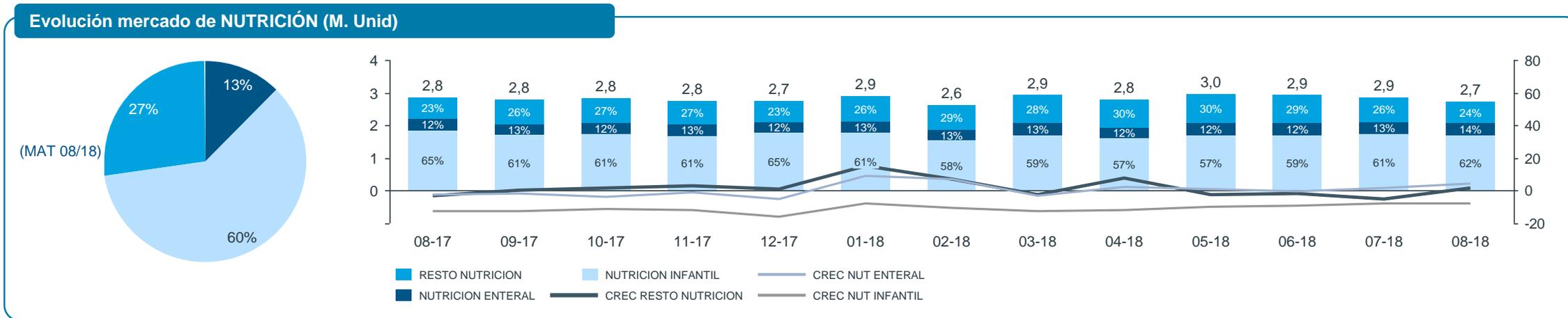
# Incontinencia es la clase terapéutica con mayor cuota de mercado dentro de PAC (33,7%) y es también la que más aporta a este mercado (23,1 M€)

Las dos principales marcas que frenan el crecimiento del segmento de incontinencia son Tena (-15%) y Lindor (-11,4%)



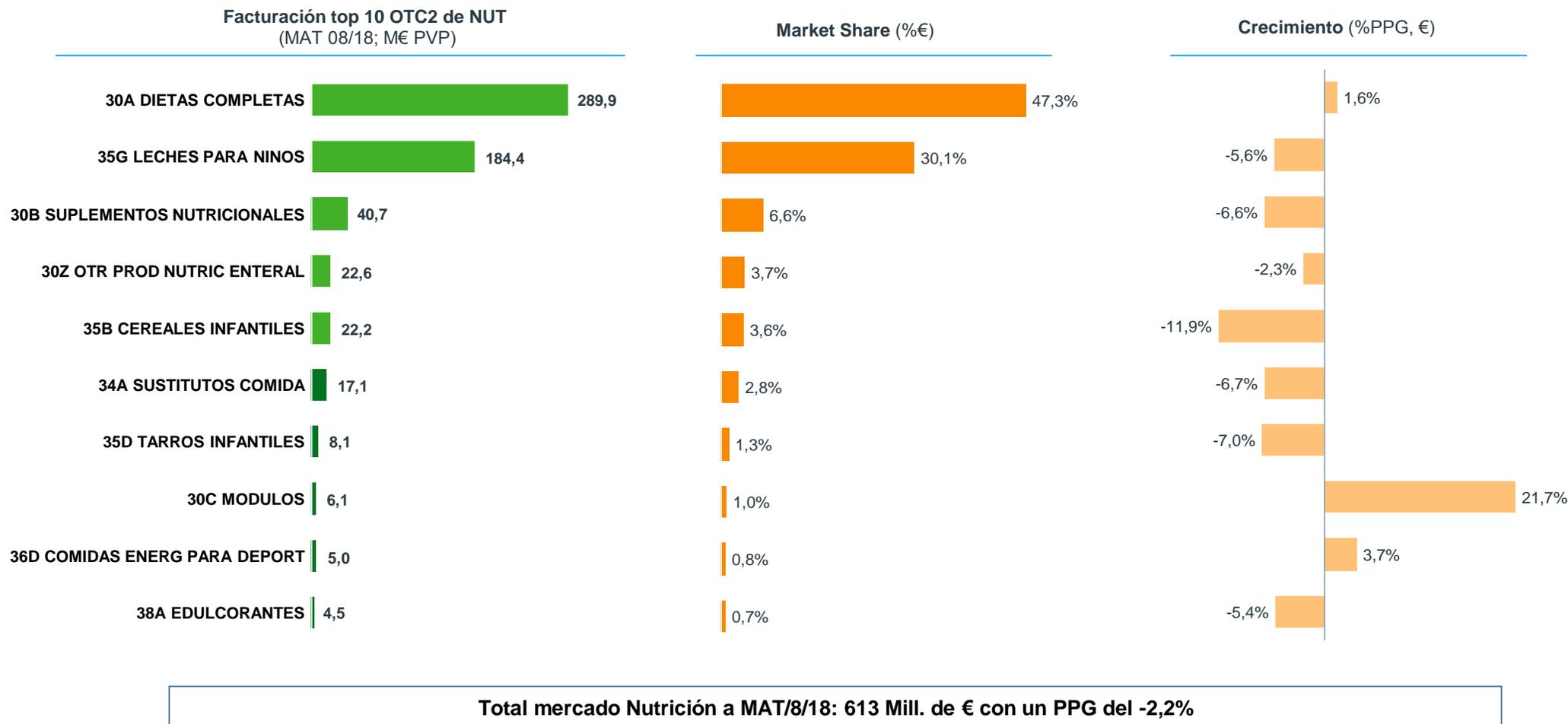
# El decrecimiento de NUT en el acumulado de los últimos 12 meses se debe principalmente al decrecimiento de nutrición infantil

En agosto 2018, nutrición enteral crece un 2,3%; nutrición infantil decrece -4,1% y el resto nutrición decrece un -7% en valores



# El mercado de Nutrición decrece 14,1M €, siendo la Leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-5,6%, -10,9M €)

*Dietas Completas sigue siendo la clase terapéutica con mayor peso (47,3%) con un crecimiento del 1,6% para el periodo analizado*



# 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 los solares**

# El Mercado de los Solares

# La estacionalidad de los productos solares se concentra en los meses de verano, cambiando en función de la climatología

*El mes de agosto 2018 sigue con la bajada del pico de junio, aunque muestra un crecimiento de doble dígito vs el mismo periodo del año anterior.*

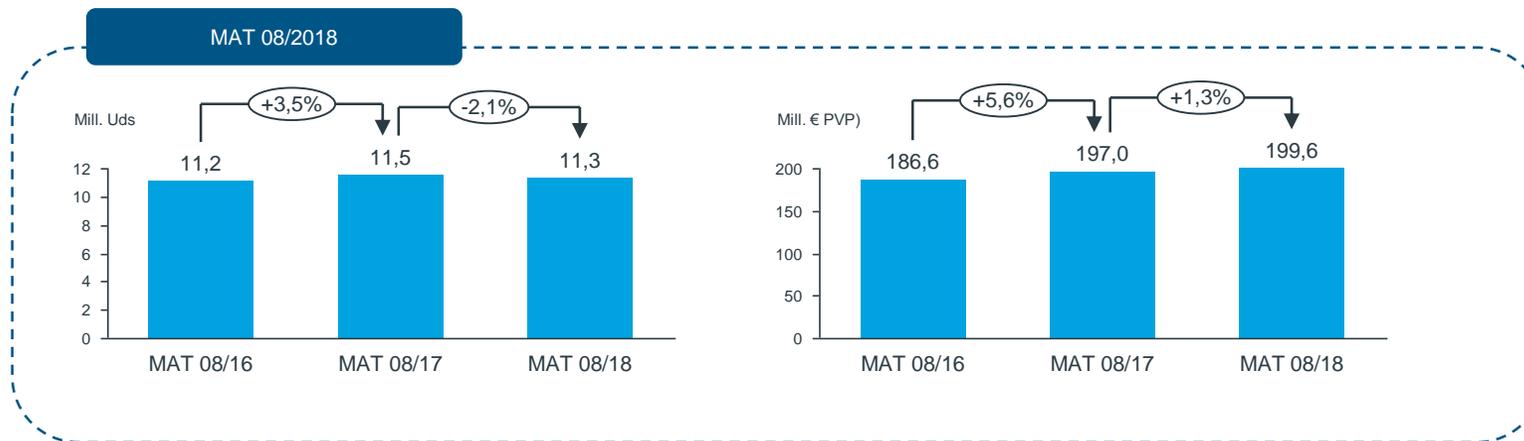
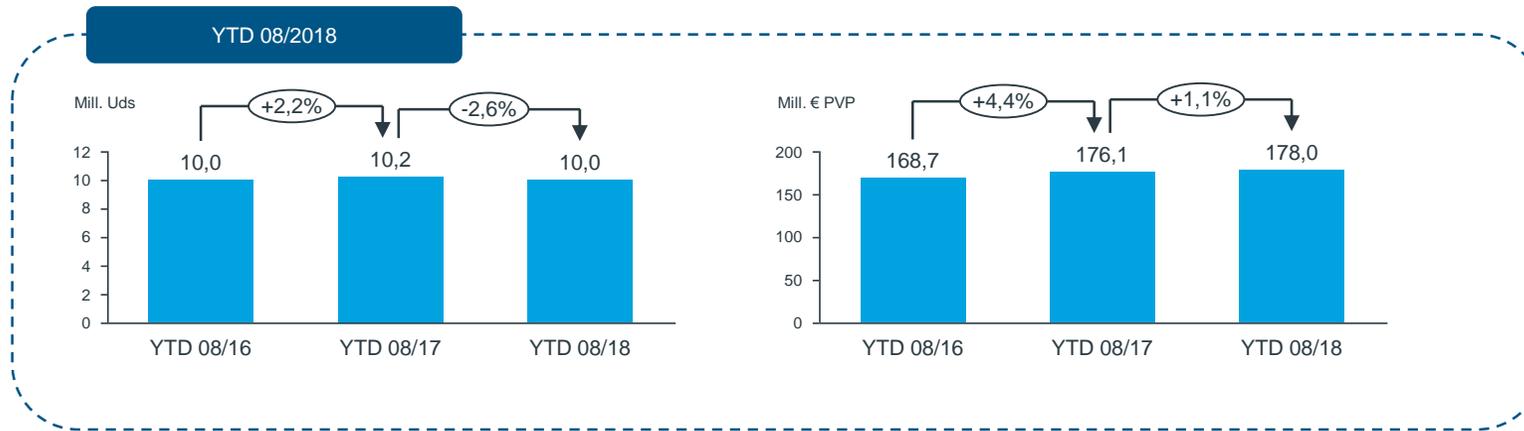
Evolución mensual del Mercado de solares: clase 83F PRODUCTOS SOLARES (04/2015-08/2018, unidades)



Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias  
 Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

# La climatología ha provocado una bajada de las ventas en unidades en el acumulado desde el inicio de año

Considerando el último MAT, el balance también es negativo en unidades pero positivo en valores



**Actualmente PEC crece 0,9% en valores.** Este crecimiento viene promovido, entre otras categorías, por la clase de solares, que crece un 1,3% en valores en los últimos doce meses acumulados.

**El mercado sigue mostrando una evolución incremental en los precios medios.**

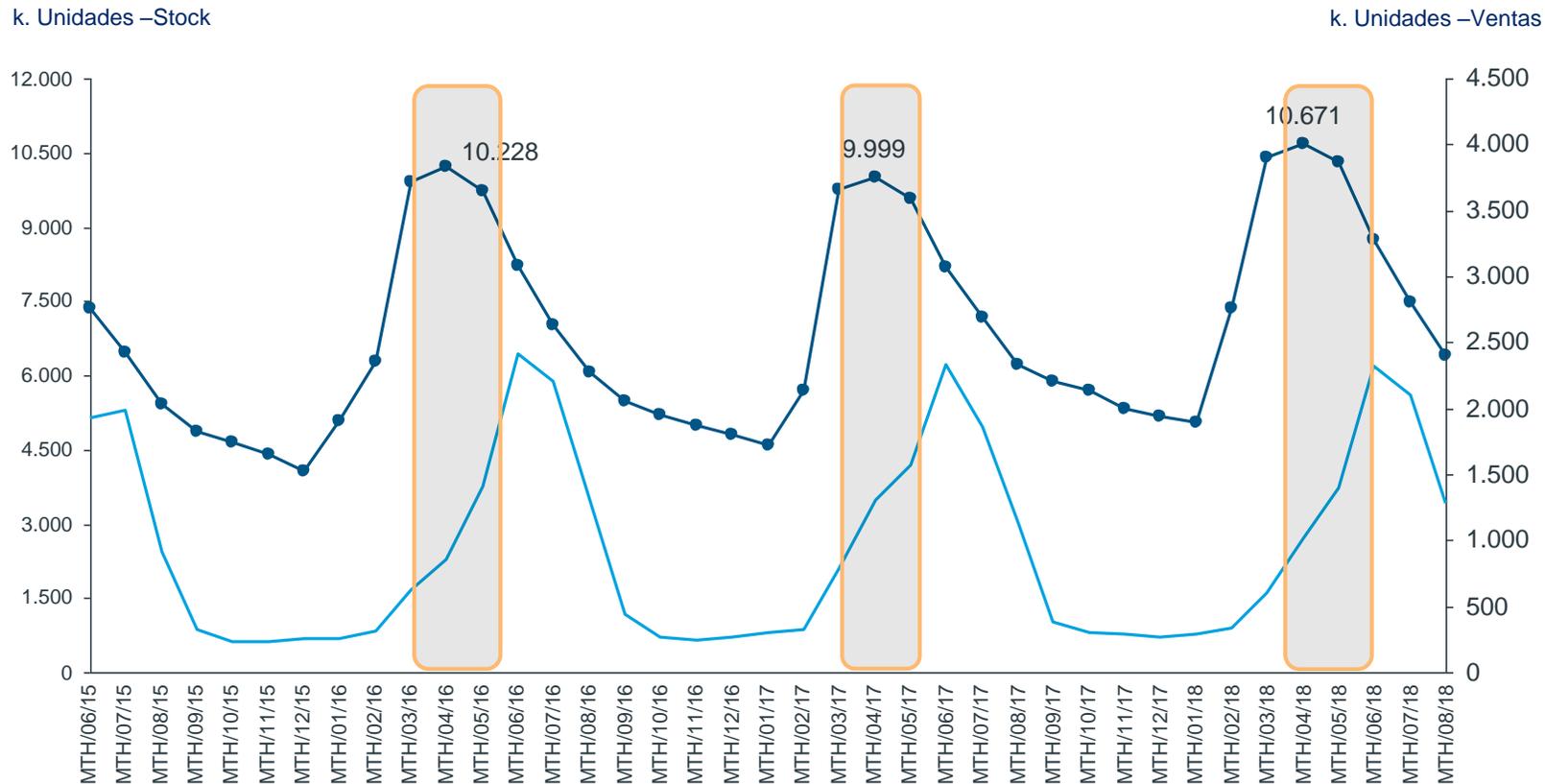
Evolución del precio medio		
YTD 08/16	YTD 08/17	YTD 08/18
16,8	17,2	17,8

Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias  
 Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

# La campaña de preventa por parte de los laboratorios no se ha visto afectada

Los laboratorios han tenido éxito en la precampaña solar con la cargada del canal

Evolución mensual del Stock del mercado Solar en Farmacia



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

Observamos que el volumen de stock en 2018 es mayor que en los últimos años, alcanzando en abril el mayor pico de stock observado en el histórico.

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

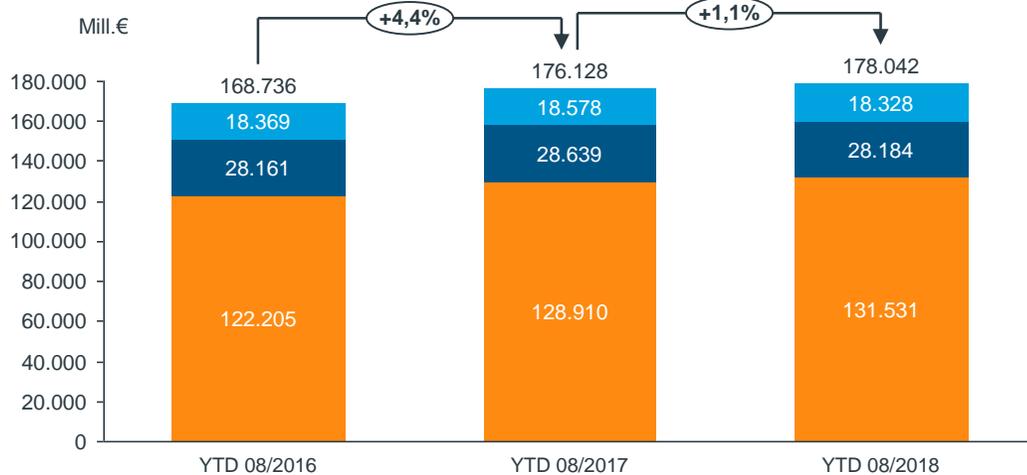
— Sales Units —●— Stock Units

Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias  
 Clase analizada: 83F2, F4 y F6

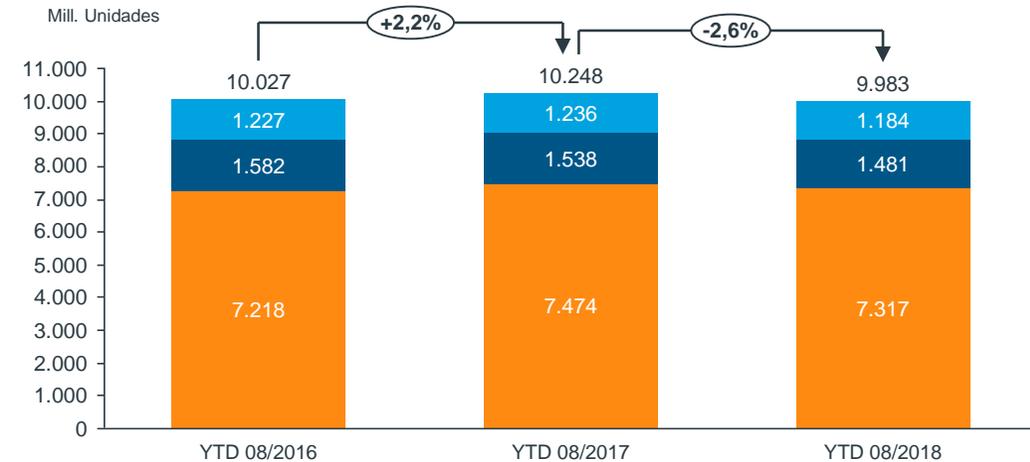
# El mercado de solares crece en valores pero decrece en unidades en los 8 primeros meses de 2018 gracias al segmento de solares para adultos

*El aumento de precios explica esta situación*

Evolución del Mercado de solares (Mil. € PVP, YTD 08/2018)



Evolución del Mercado de solares (Mil. UDS, YTD 08/2018)



	% Crec. YTD 08/2017 vs. YTD 08/2016			% Crec. YTD 08/2018 vs. YTD 08/2017		
	Δ valores	Δ unidades	Δ Av.Pvp	Δ valores	Δ unidades	Δ Av.Pvp
■ Otros productos solares*	1,14%	0,71%	0,43%	-1,35%	-4,15%	2,92%
■ Protector solar niños	1,70%	-2,80%	4,63%	-1,59%	-3,71%	2,20%
■ Protector solar adultos	5,49%	3,56%	1,86%	2,03%	-2,10%	4,22%

Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)

\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

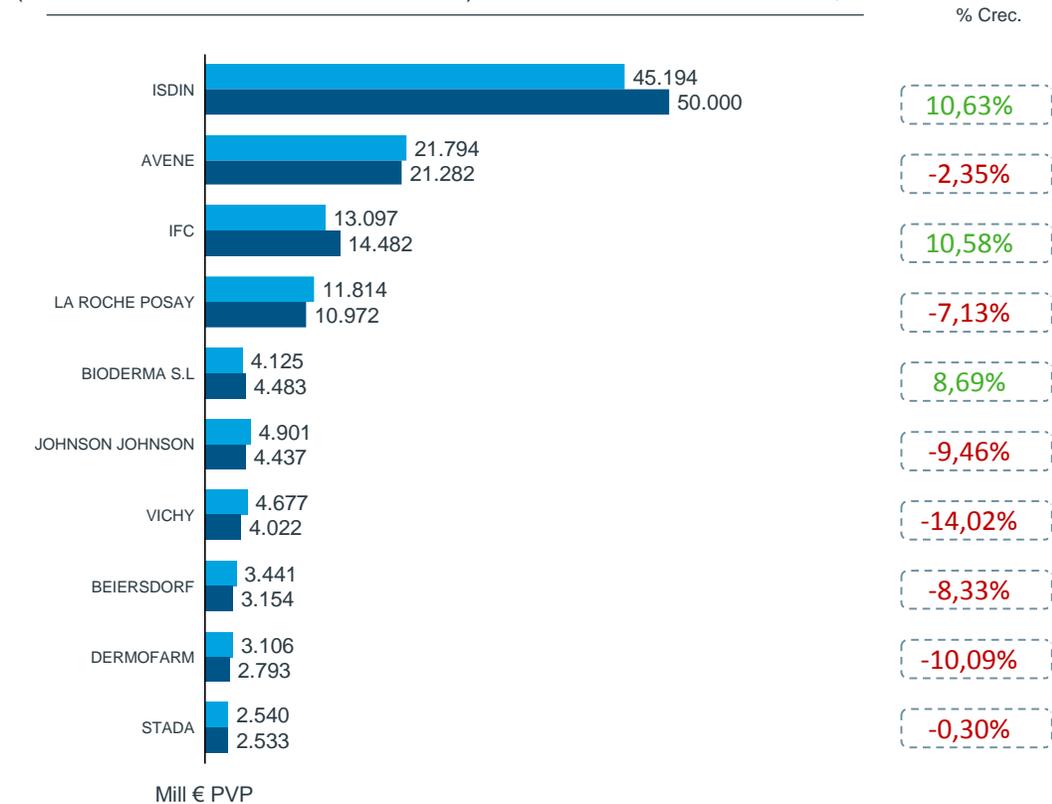
Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

\*Otros incluye : solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros

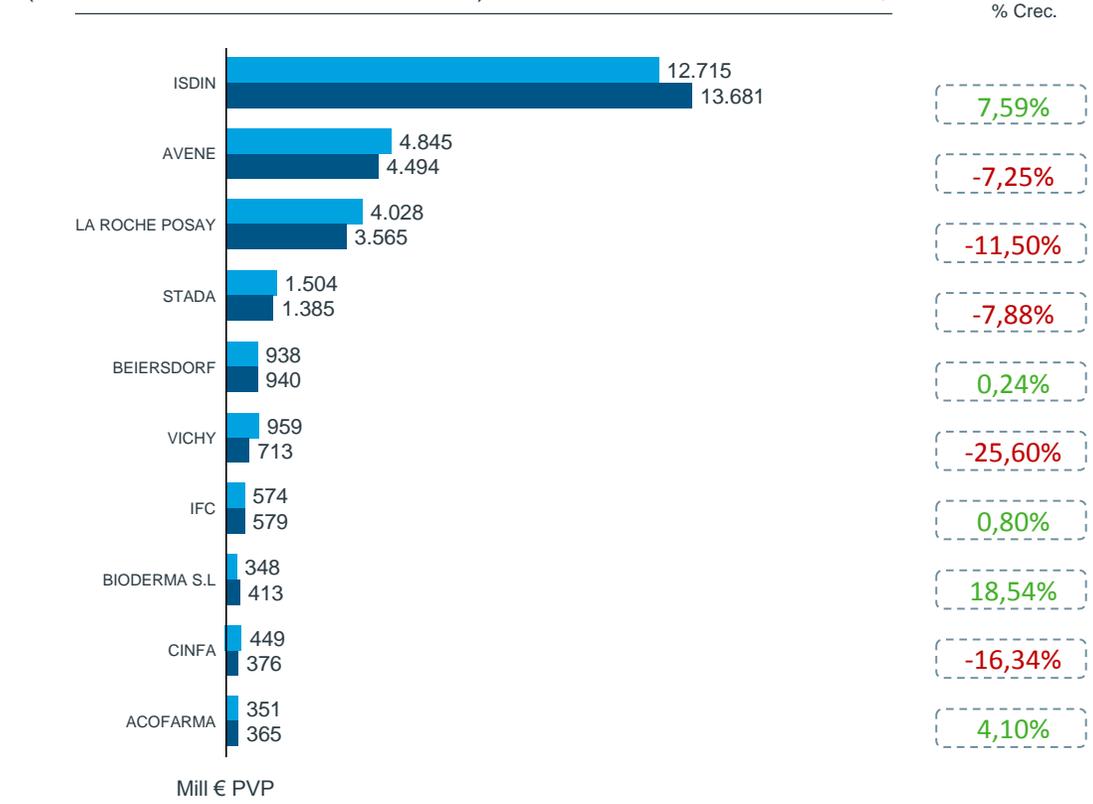
# Muchos de los top 10 Manufacturers tanto de productos solares adultos como infantiles presentan decrecimientos importantes

...sólo ISDIN, IFC y BIODERMA muestran crecimientos positivos para solares de adultos y niños

Evolución top 10 laboratorios solares adultos  
(YTD 08/2018 VS YTD 08/2017 € PVP) % crec. total solares adultos 2,03%



Evolución top 10 laboratorios solares infantiles  
(YTD 08/2018 VS YTD 08/2017 € PVP) % crec. total solares infantiles: -1,59%



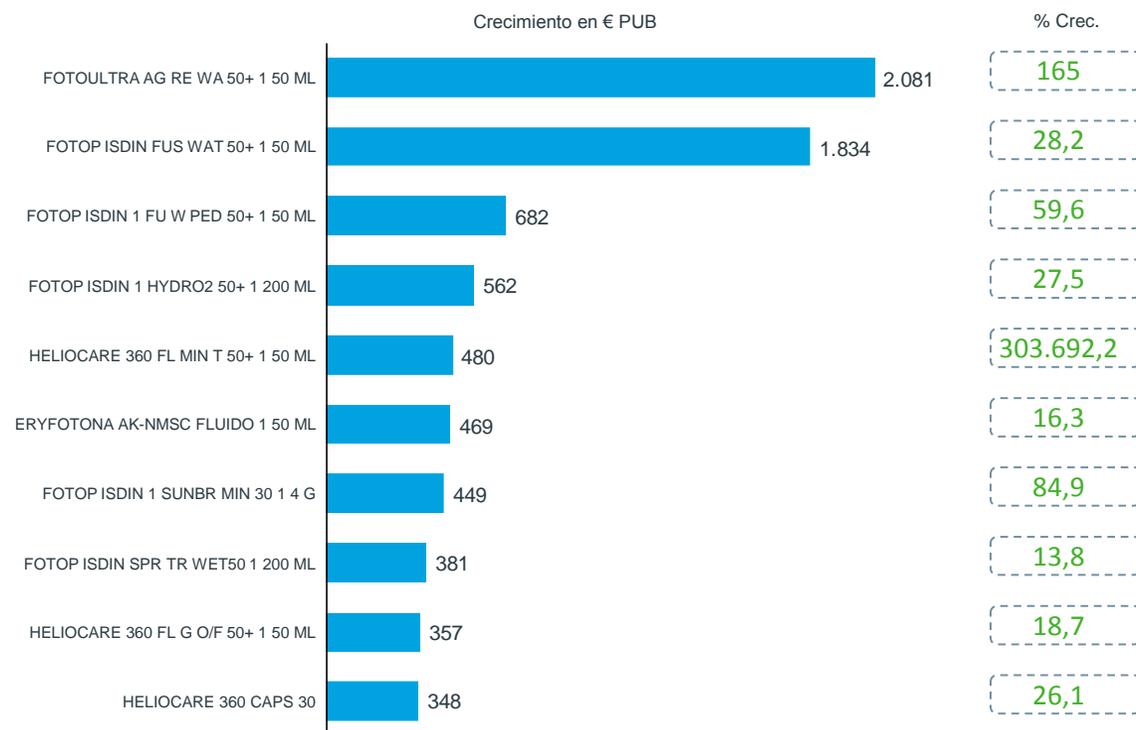
■ YTD 08/2017 ■ YTD 08/2018

Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)  
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH  
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias  
Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

# Dentro de solares, los productos innovadores muestran crecimientos positivos favoreciendo el crecimiento en valores de la categoría

*Dentro del top 10 packs con mayores crecimientos, 7 pertenecen laboratorios ISDIN y otros 3 a IFC*

Top 10 packs en base al crecimiento en valores Euros ( MAT 08/18 vs MAT 08/17)



**Conclusión:** aunque el inicio de la campaña de solares apuntaba a una mala temporada, mostrando crecimientos negativos para abril (-20.7%) y mayo (-10,4%), los meses de julio y agosto han revertido esta tendencia con crecimientos a doble dígito.

Estas cifras han favorecido que el balance de la campaña solares no haya sido tan negativo con un decrecimiento en volumen de 2.6% y un crecimiento en valores de +1.1% en YTD 08/2018

# Evolución del Mercado de la farmacia Española

*Actualización datos de agosto 2018*

Septiembre 2018