

# Evolución del Mercado de la farmacia Española

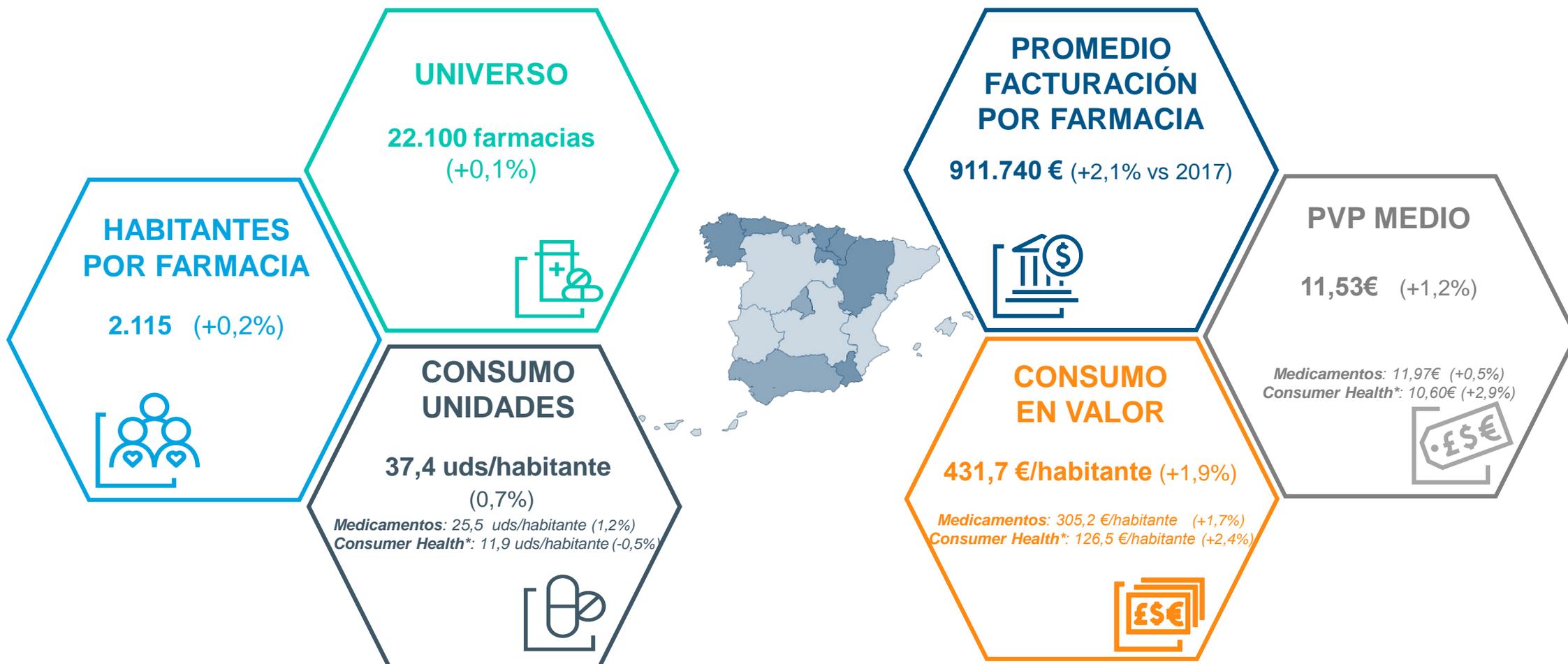
*Actualización datos de enero 2019*

Febrero 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

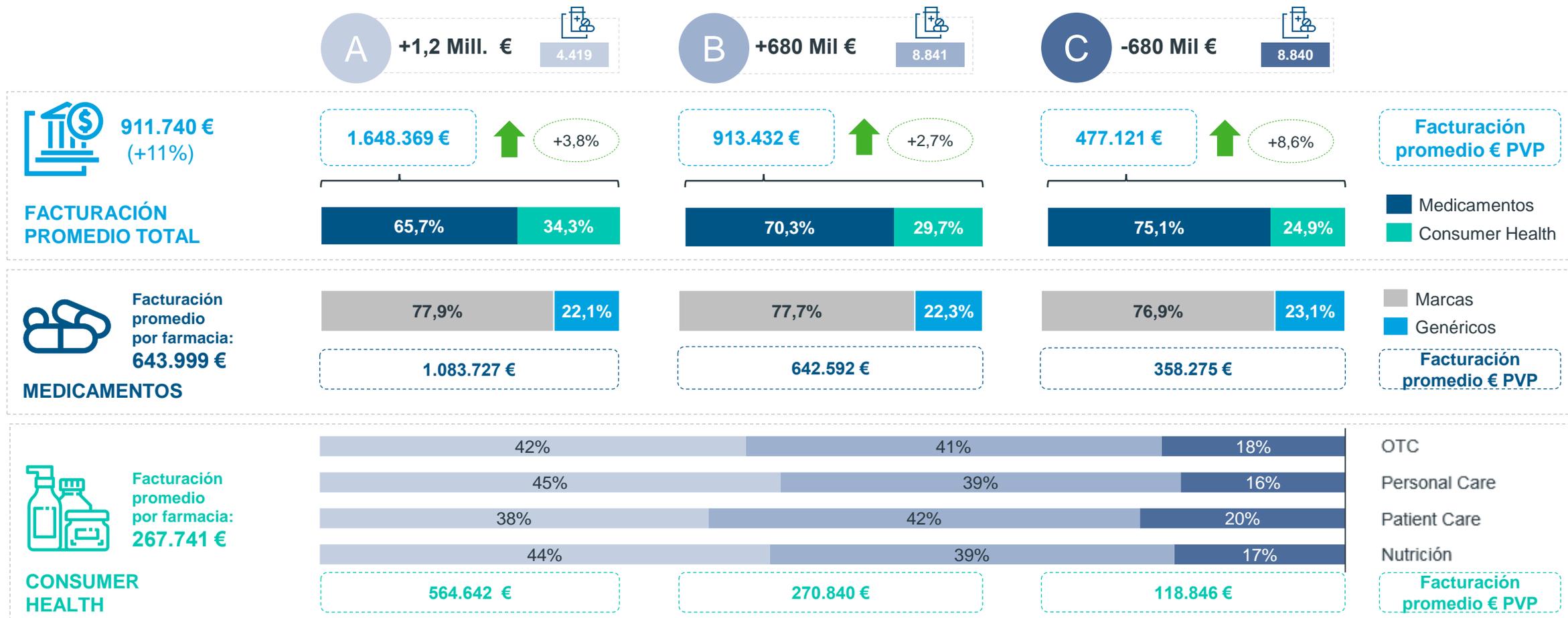
# España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

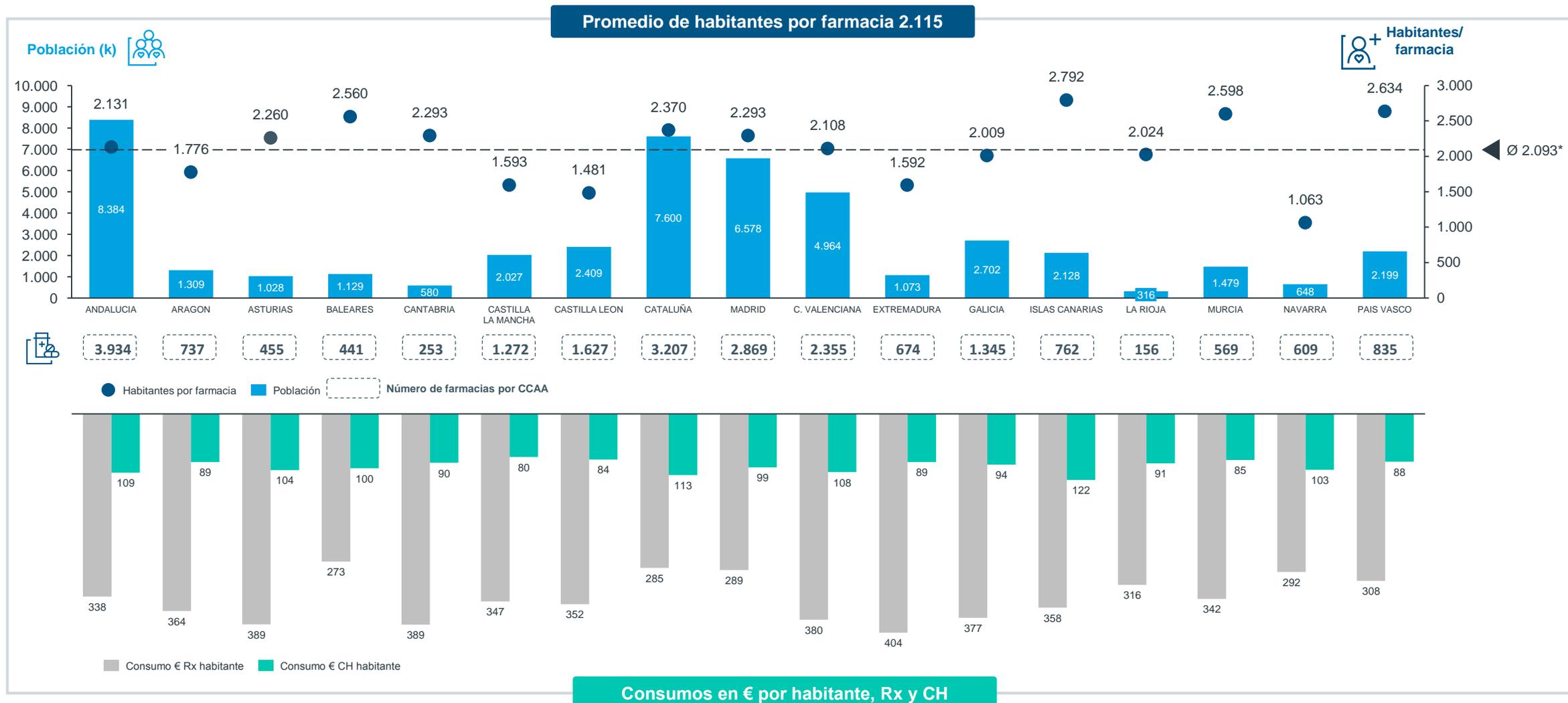
# La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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)



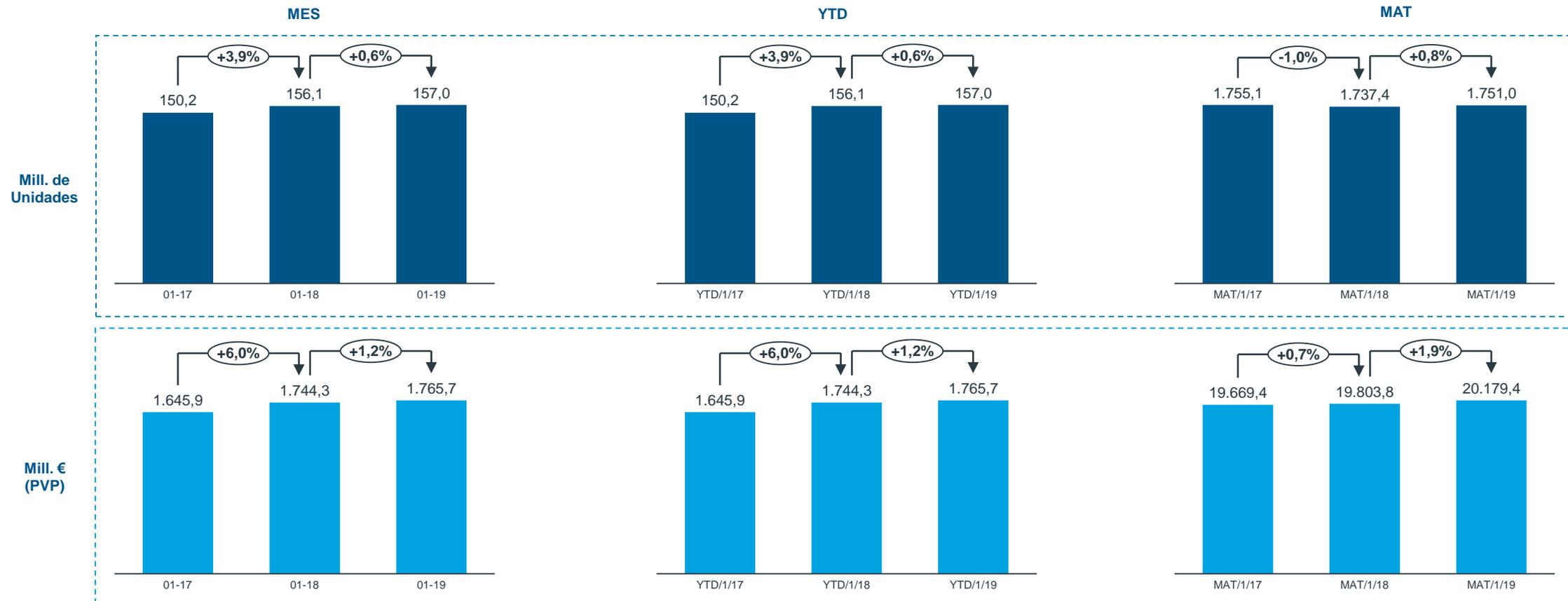
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla  
 \*El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

# 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

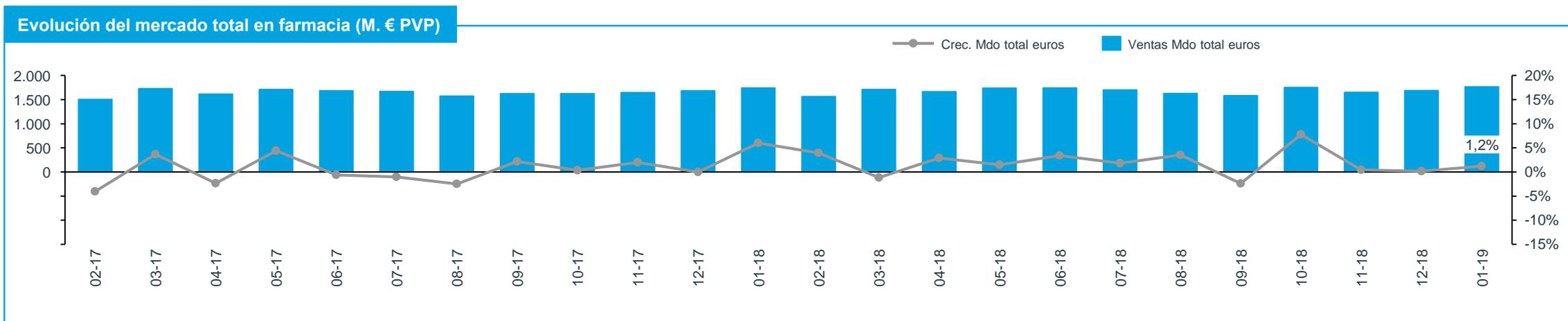
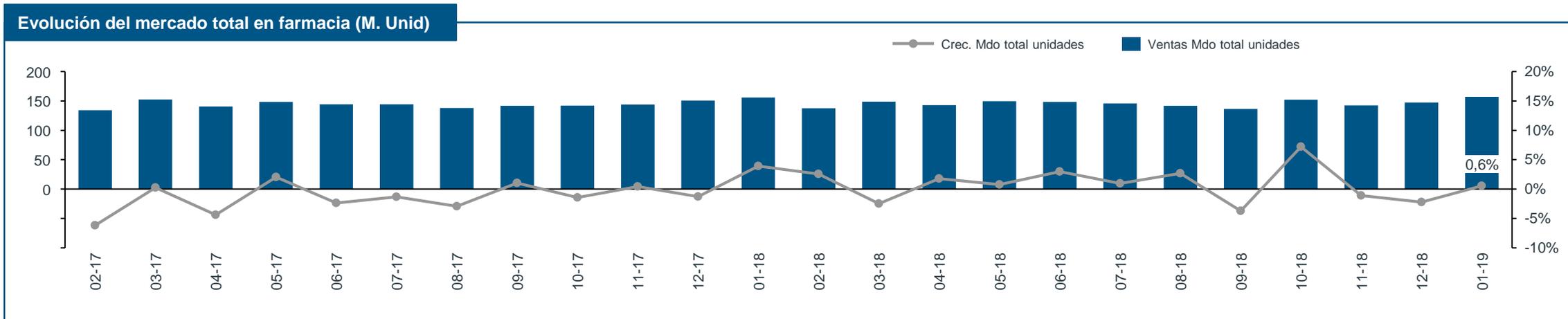
# El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +1,9% en valores y del +0,8% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

## 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

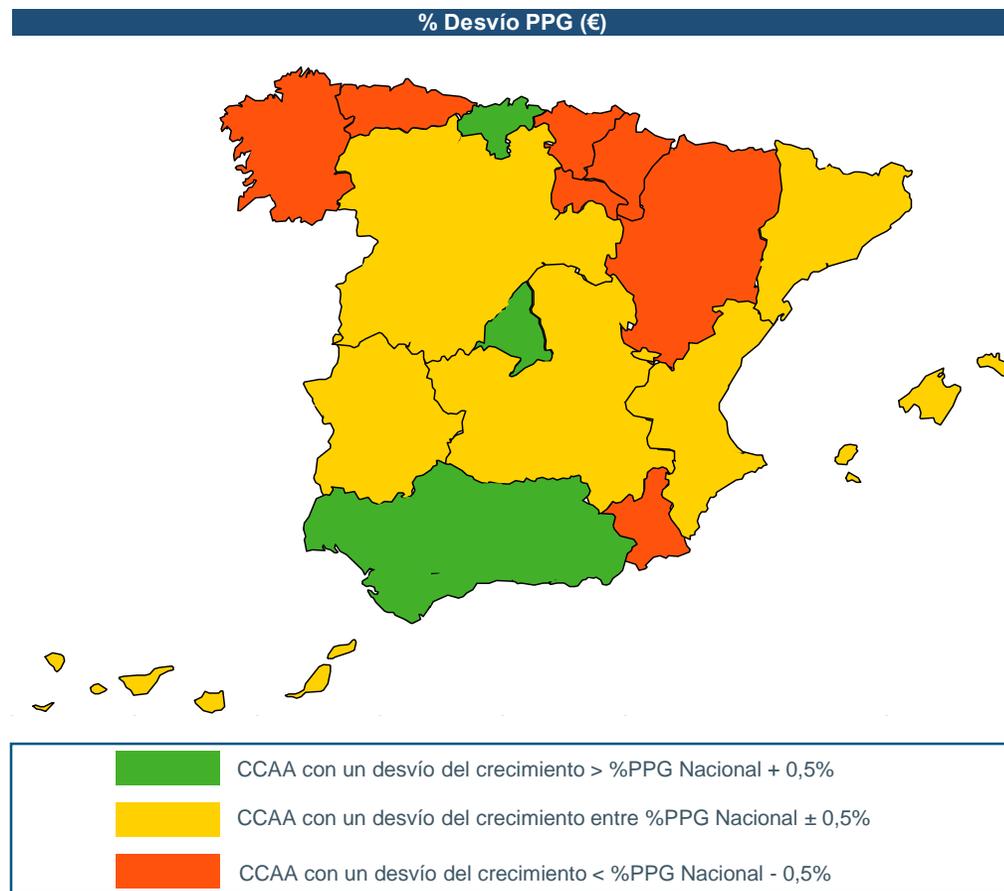
# En enero, el mercado crece el doble en valores (+1,2%) que en unidades (+0,6%)



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

# 7 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



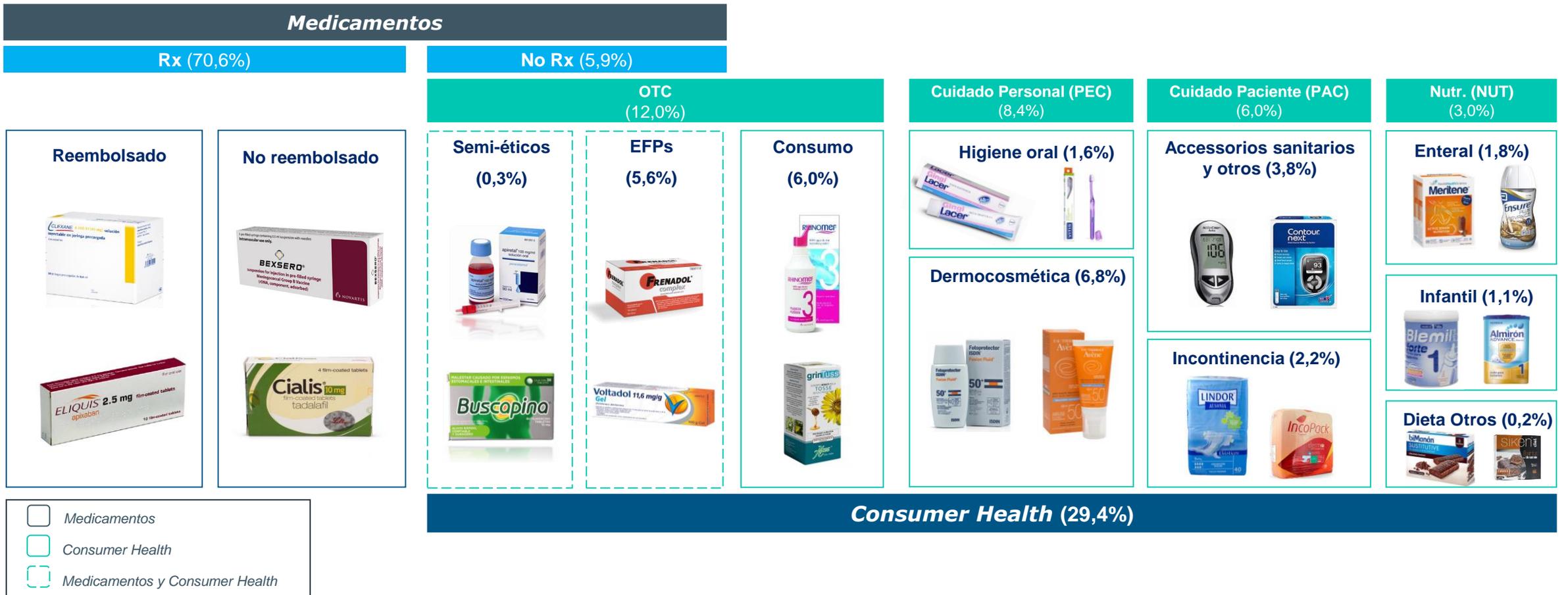
MAT/1/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
ANDALUCIA	3,2%	30,9%
CANTABRIA	2,7%	1,9%
MADRID	2,6%	17,5%
BALEARES	2,3%	2,5%
CASTILLA LA MANCHA	2,3%	5,1%
ISLAS CANARIAS	2,3%	6,1%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,2%	14,1%
CASTILLA LEON	1,8%	4,9%
CATALUÑA	1,6%	12,5%
EXTREMADURA	1,5%	2,1%
GALICIA	0,8%	2,6%
ARAGON	0,7%	1,1%
LA RIOJA	0,4%	0,1%
PAIS VASCO	0,3%	0,6%
NAVARRA	-0,2%	-0,1%
MURCIA	-0,7%	-1,1%
ASTURIAS	-0,7%	-0,9%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>1,9%</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 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

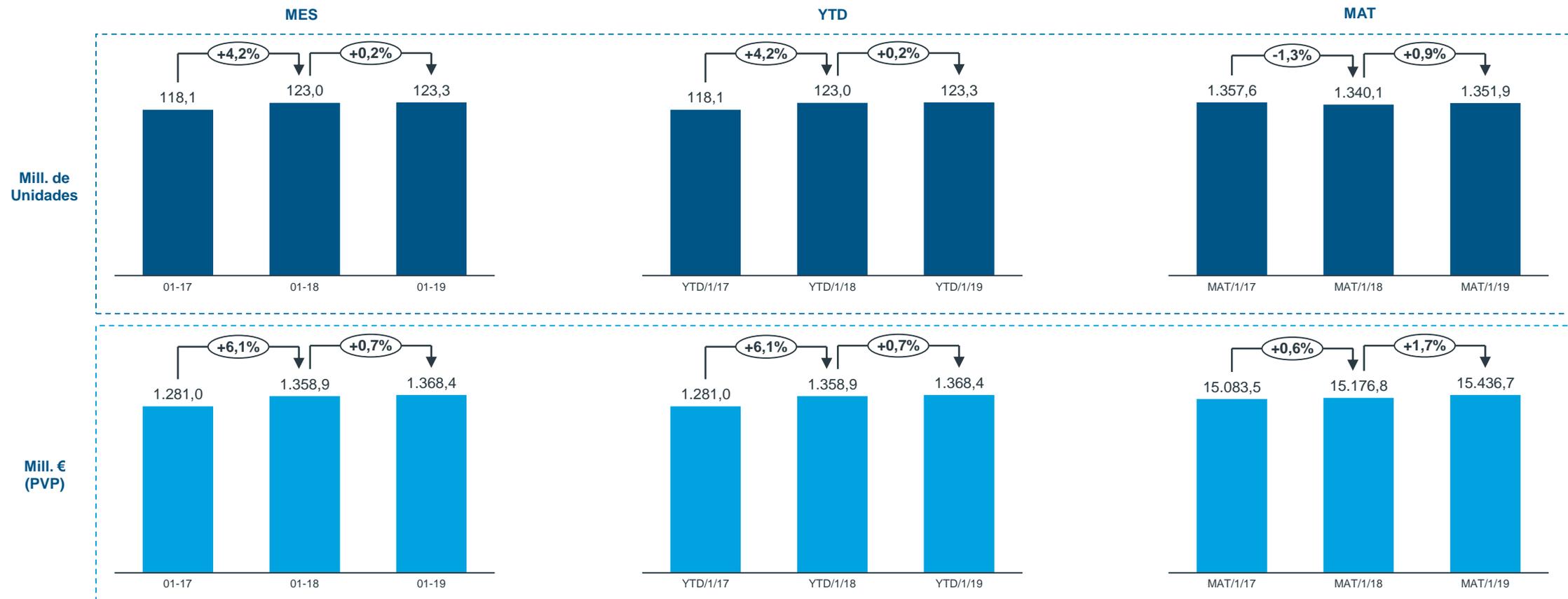
# Índice

- + 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



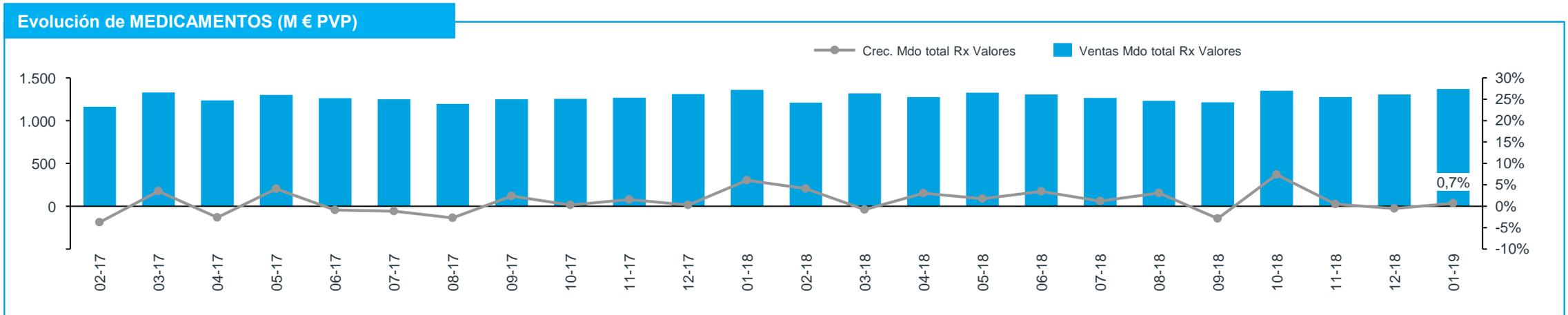
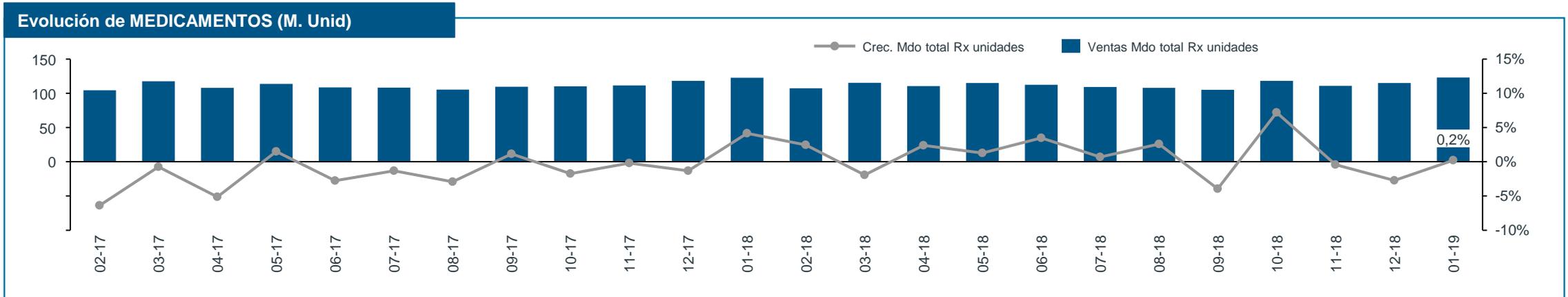
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

# En el mes de enero el mercado crece tanto en valores (+0,7%), como en unidades (+0,2%) vs el mismo periodo del año anterior

*El mercado revierte la evolución negativa del mes anterior*

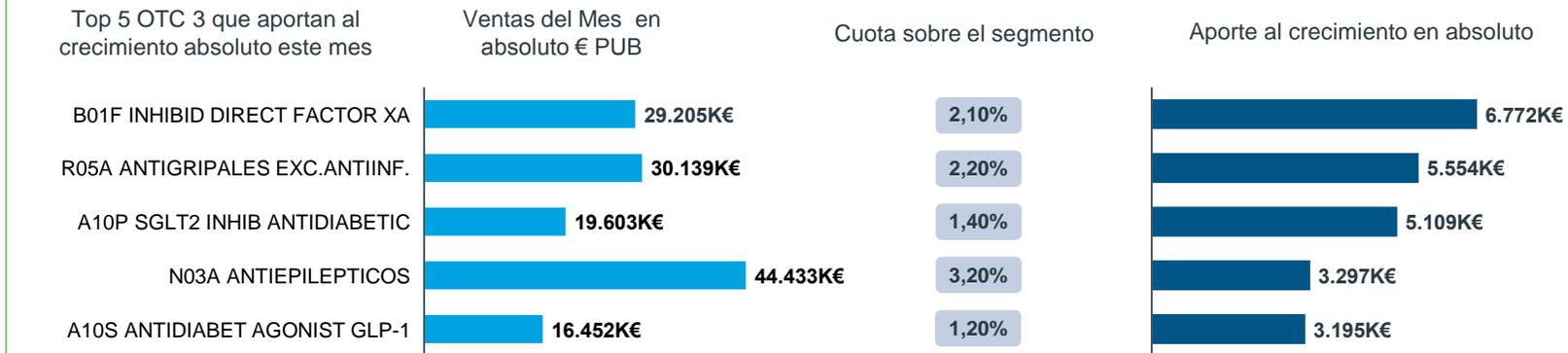


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# Los NACOs de tipo 'xaban' (clase B01F) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de enero, creciendo 6,7M€

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

## Clases con mayor crecimiento este mes



- Los **NACOs crecen 6,8M€**, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 2,9M, seguido de Lixiana (2,1M) y Xarelto (1,8M).
- La **segunda clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de Antigripales**, vinculado a la estacionalidad del **periodo del año** en el que nos encontramos.
- Los antidiabéticos inhibidores SGLT2 siguen creciendo, su crecimiento se ve muy favorecido por el aporte de Jardiance y Synjardy.

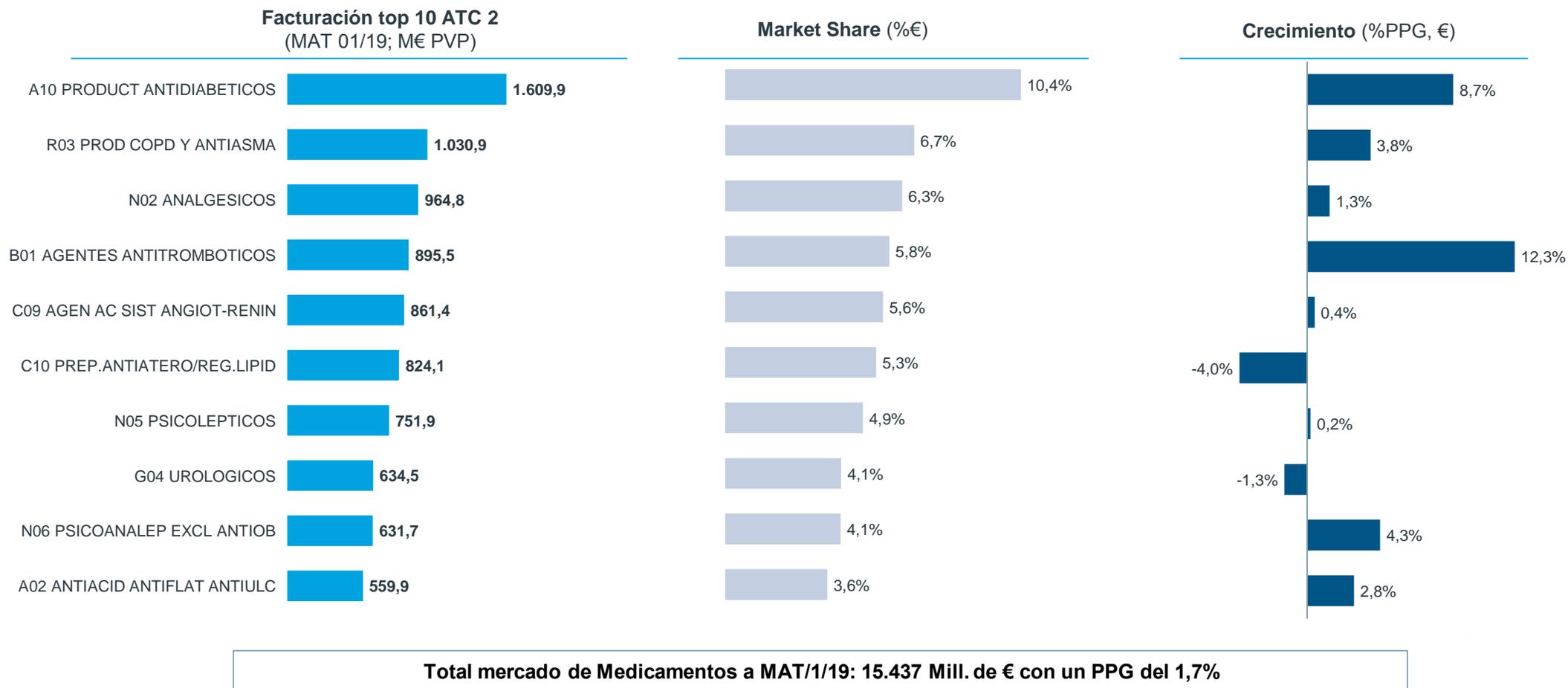
## Clases con mayor decrecimiento este mes



- Los **15,5M€ que se observan de caída para la clase de Vacunas antibacterianas** vienen promovidas por la caída de la Vacuna **Bexsero**. Esta vacuna sufrió un desabastecimiento pero ahora ya está disponible en las farmacias por lo que esta caída podría deberse a una menor vacunación de los niños.
- Los **anestésicos locales son la segunda clase que más contribuyen al decrecimiento**, esta cifra negativa viene promovida por el producto Versatis.

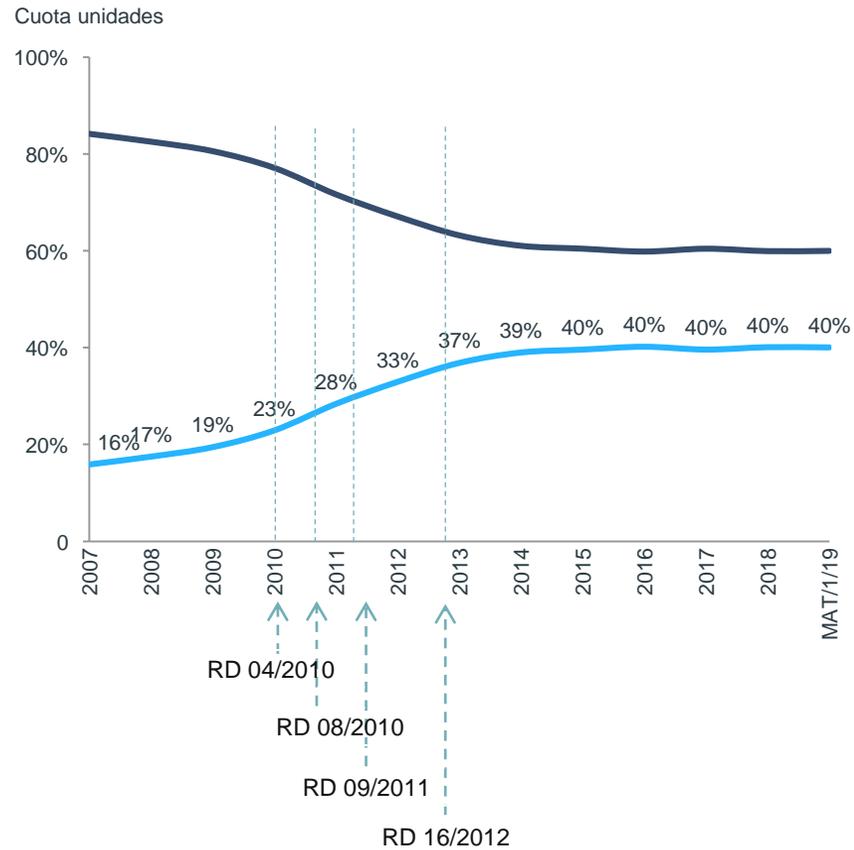
# Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases que más contribuyen al crecimiento positivo del mercado de medicamentos

*Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase de Antiepilépticos (N03) (7,1%) y la R05 Antitusígenos/Antigripales (+5,7%)*

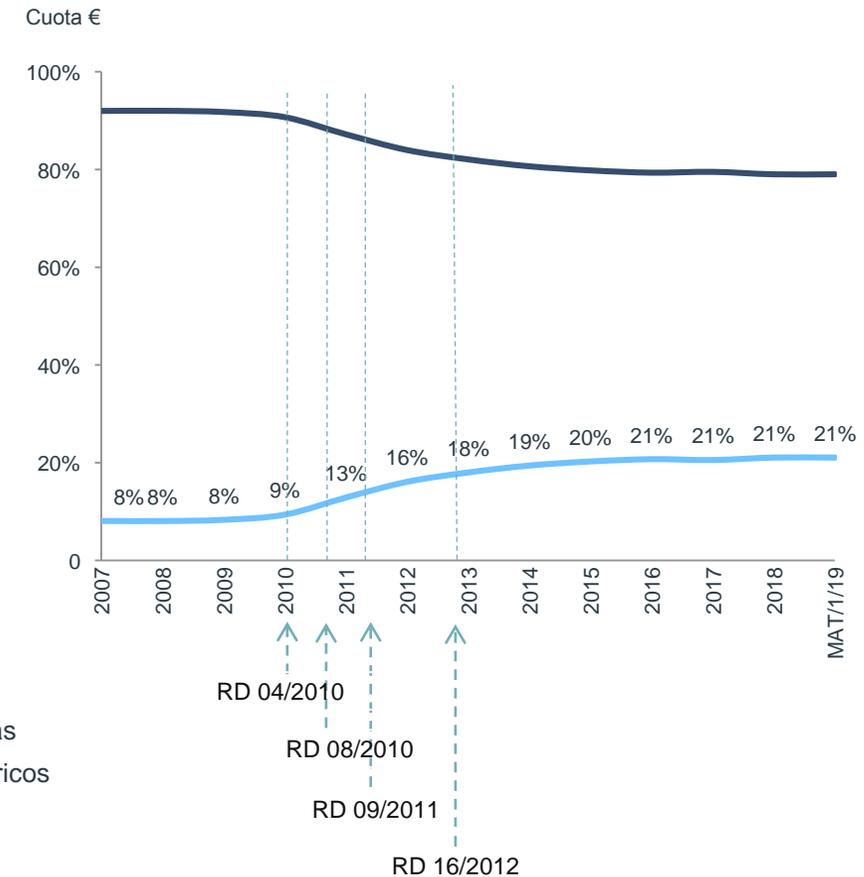


# Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje baja hasta el 21% en valores

Evolución genéricos total mercado farmacéutico (unidades)



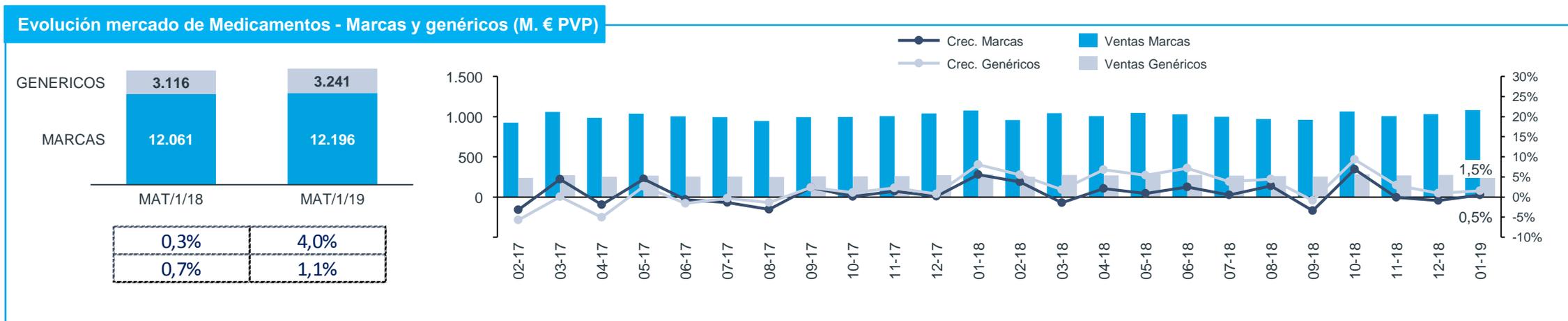
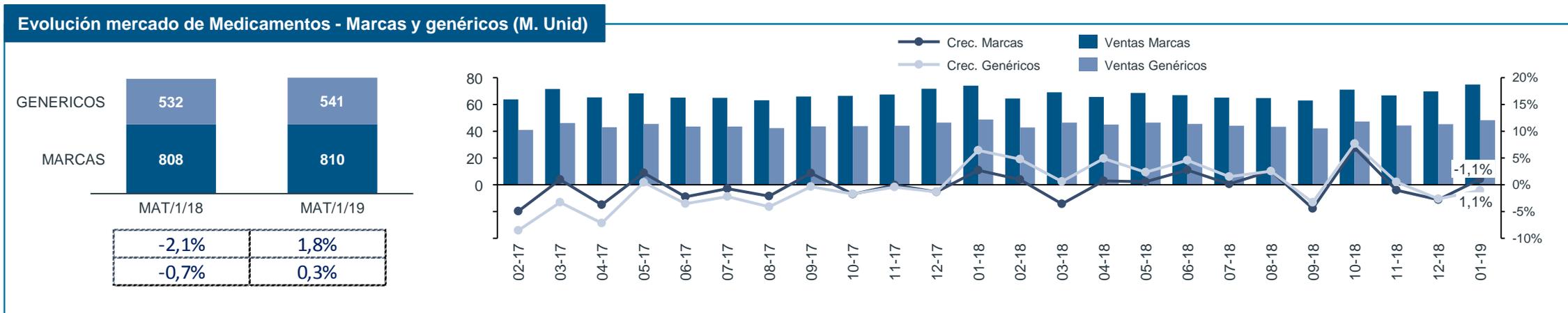
Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)



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 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*

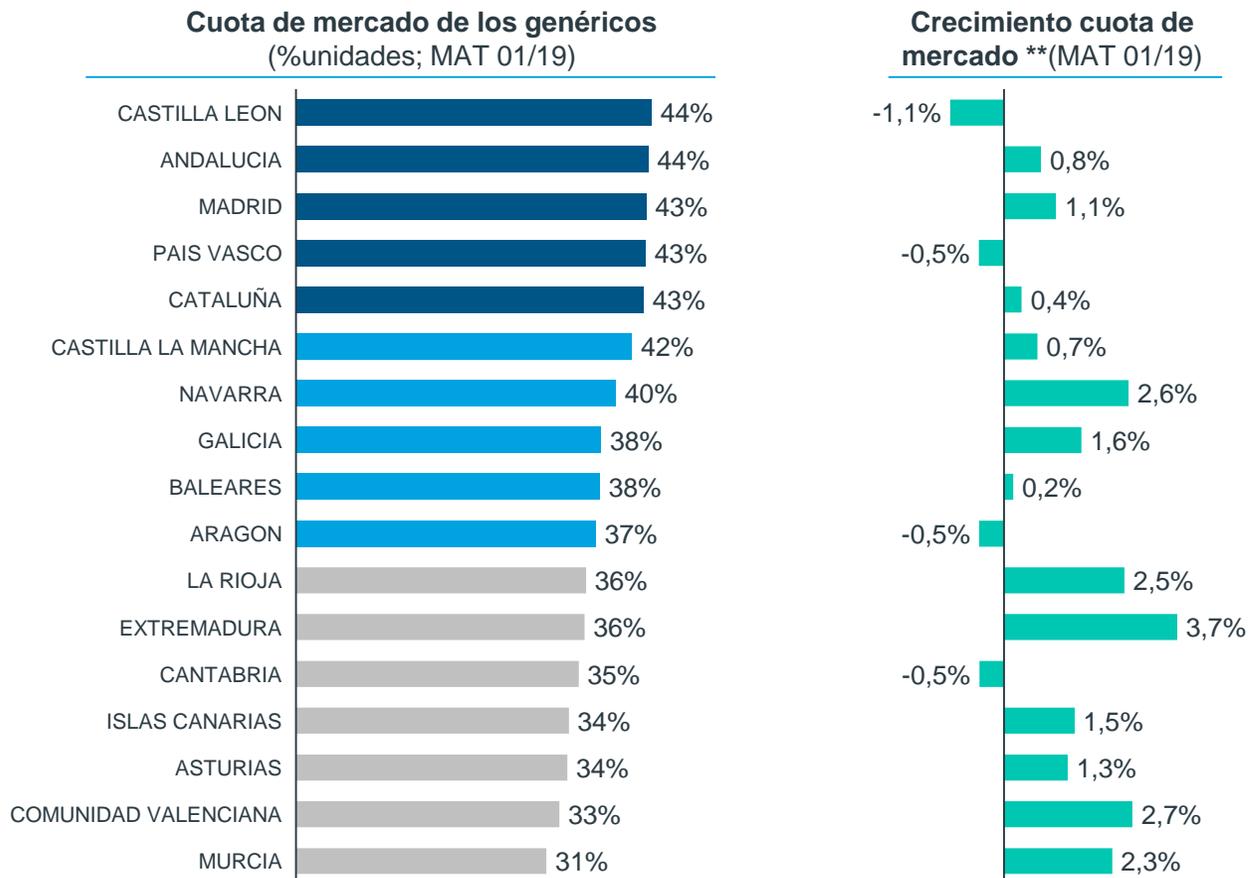
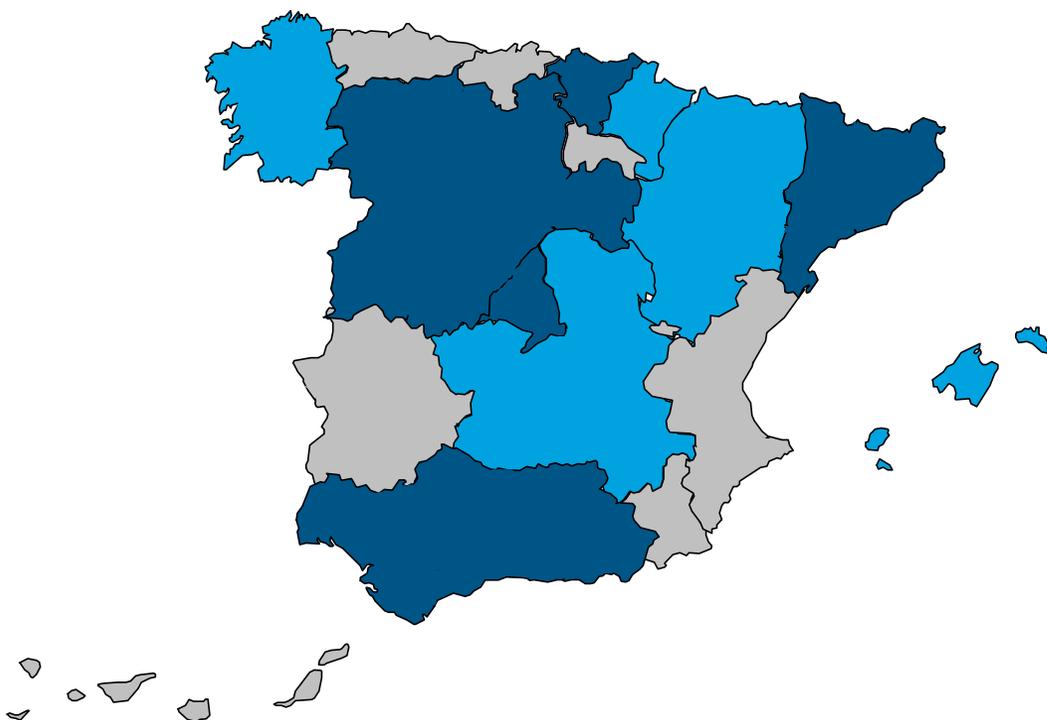


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semiefticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

*No obstante, en Castilla y León, País Vasco, Aragón y Cantabria el genérico ha perdido cuota de mercado frente al periodo 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

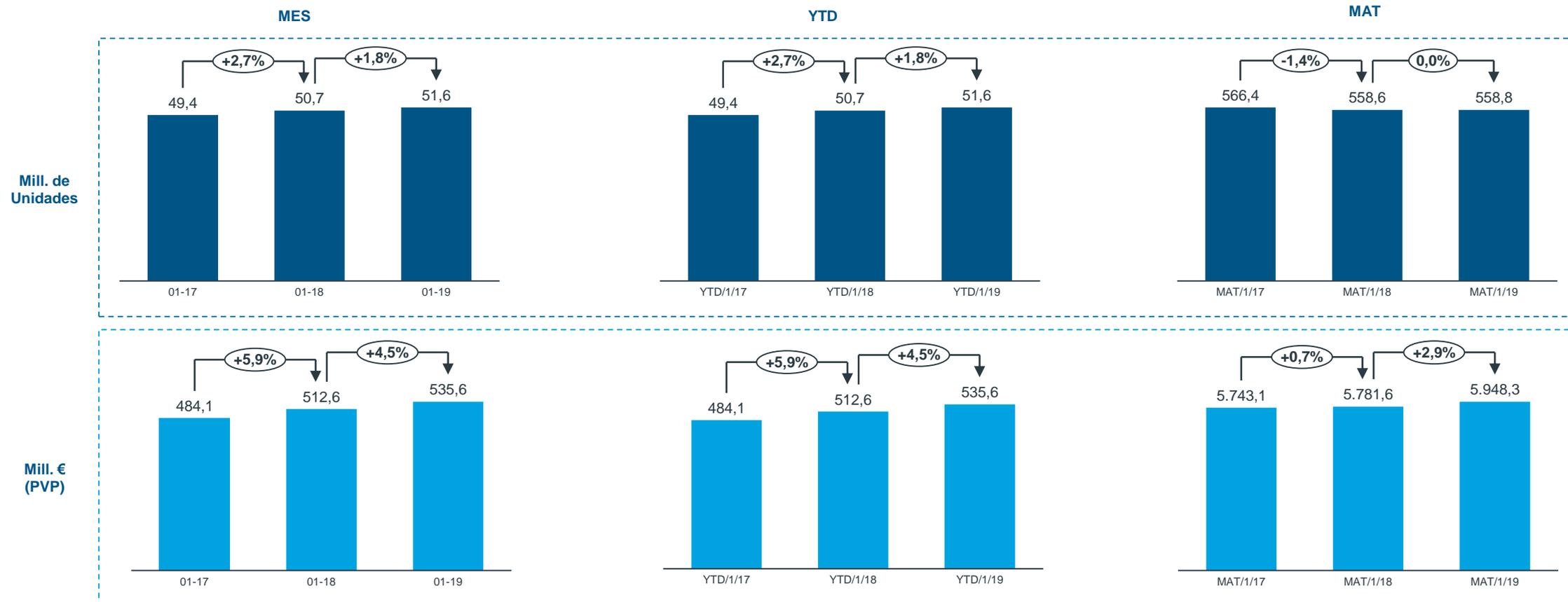
# Índice

- + 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 del frío

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

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

## Mercado de Consumer Health



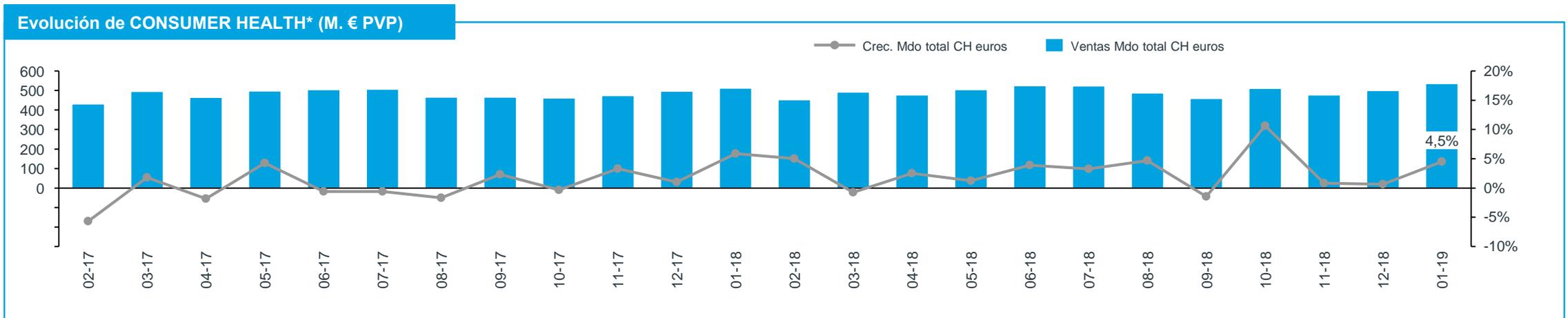
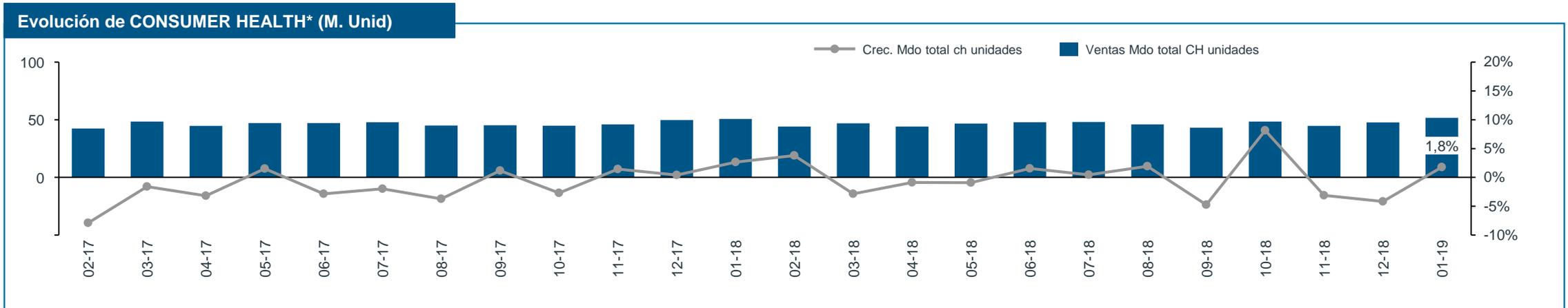
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*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 enero un +4,5% en valores y un +1,8% en unidades

*Estos crecimientos revierten la tendencia negativa en unidades del mes de diciembre*

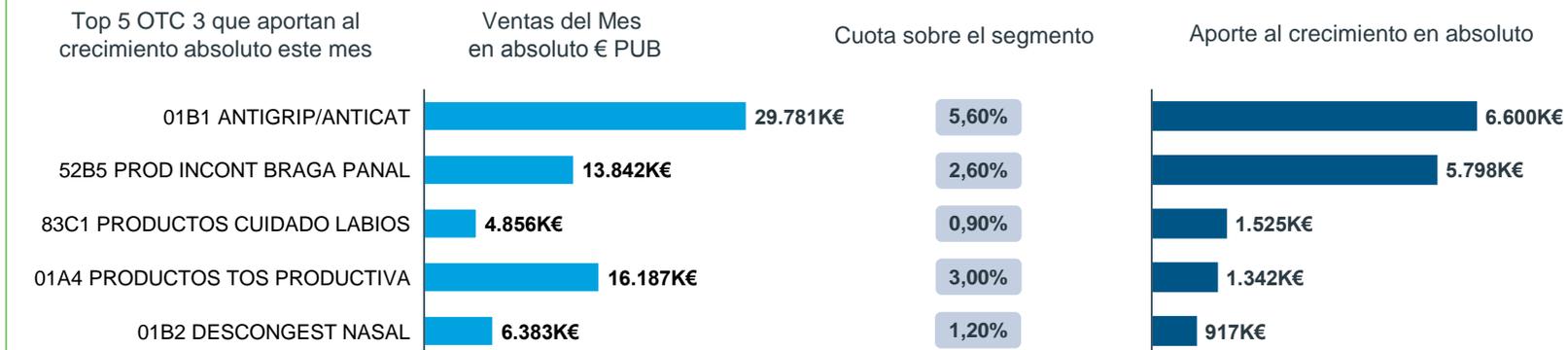


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# En el mes de enero, 4 de las 5 clases que más aportan al crecimiento son estacionales, 3 de ellas son de respiratorio y una de cuidado de labios

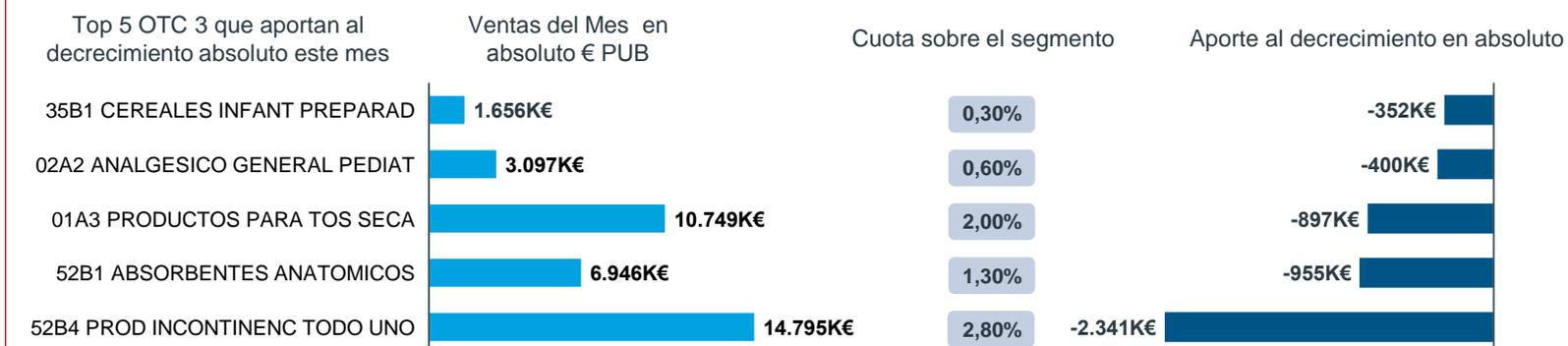
*Las clases que más frenan el crecimiento son clases de incontinencia*

## Clases con mayor crecimiento este mes



- Los **top 5 productos** de la OTC **Antrigripales/Anticatarrales** crecen por encima del 20%.
- La **clase de productos para el cuidado de labios** aporta más de **1,5M€** al crecimiento para este mes de enero. Destacan por sus crecimientos positivos Letibalm (+42,6%), Neutrogena Labios (46,3%), Carmex (+35,1%), Eucerin (41,5%) y Reve de Miel (47,3%).

## Clases con mayor decrecimiento este mes

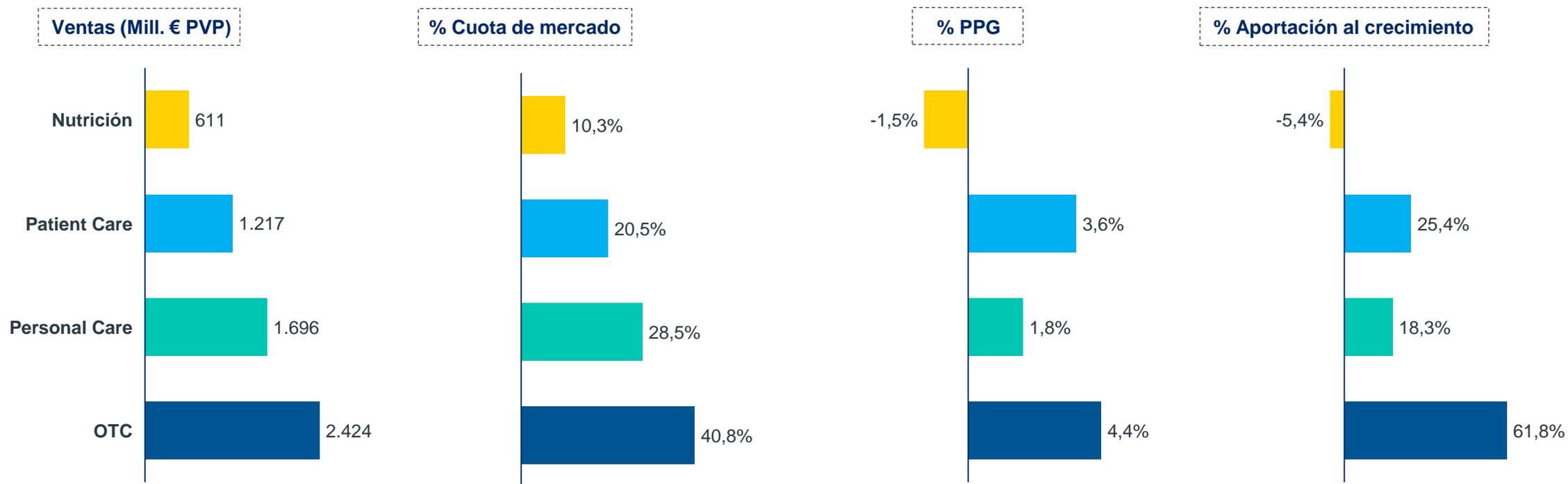


- **Decrecen los top 5 productos de la clase Productos para tos seca**, favoreciendo el decrecimiento de esta clase, que es una de las que más frenan el crecimiento de Consumer Health para este mes.
- Los absorbentes anatómicos y los productos para incontinencia todo en uno son las clases terapéuticas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

# El 61,8% 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*

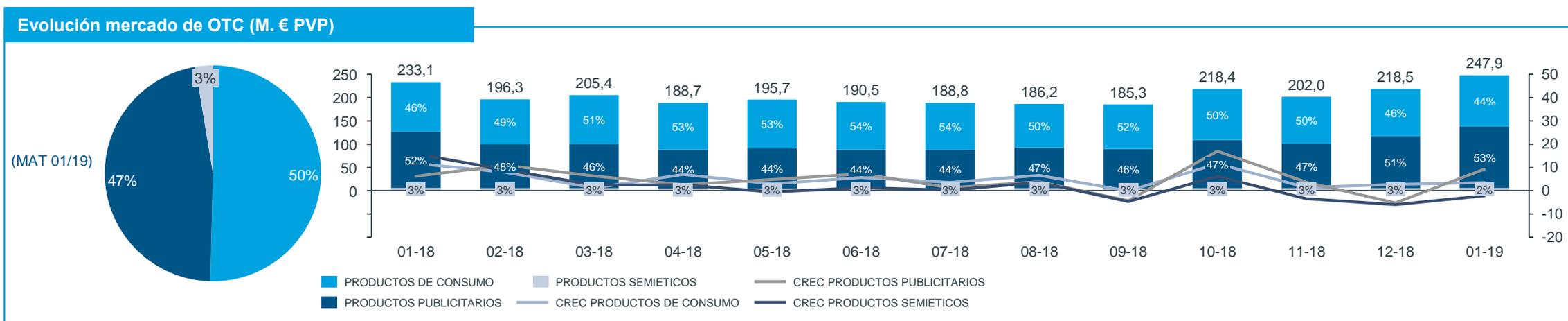
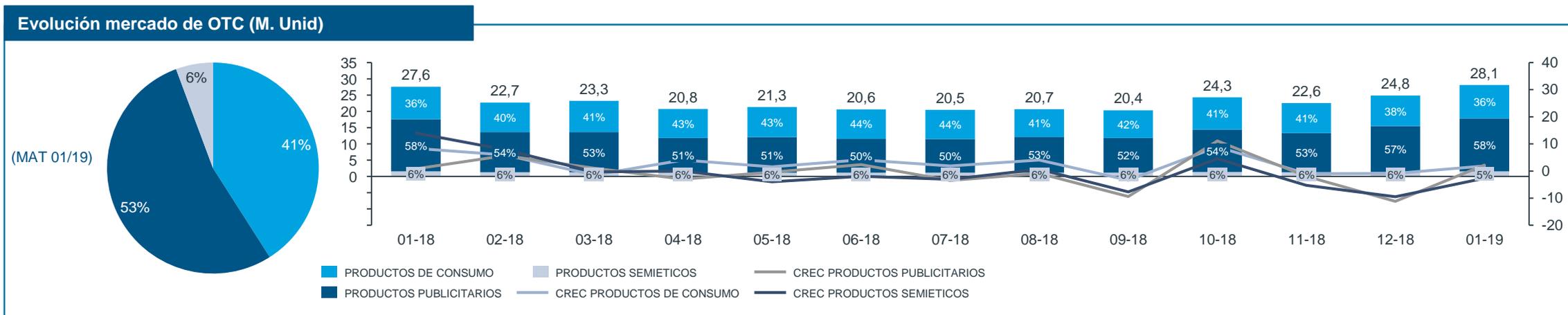
Mercado de Consumer Health (Mill.€ PVP, 2018)



**Total mercado Consumer Health a MAT/1/19: 5.948 Mill. de € con un PPG del 2,9%**

# Los productos publicitarios son los que presentan un mayor crecimiento durante el mes de enero (+9,3% en valores)

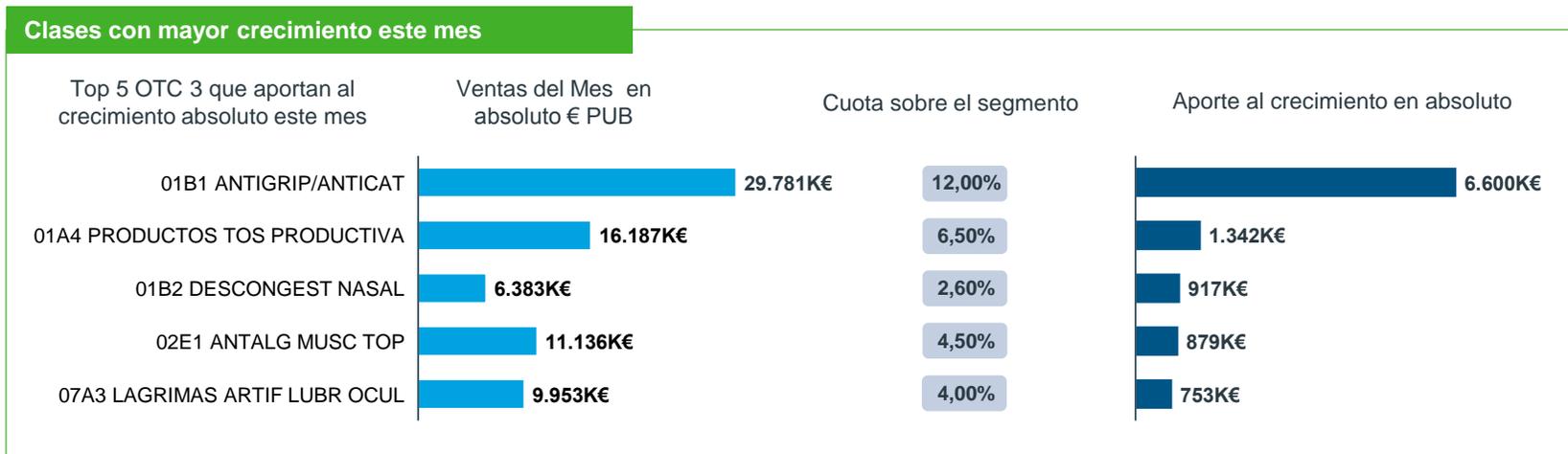
Los productos de consumo mantienen la tendencia de meses anteriores, creciendo un +3,5% vs el mismo periodo del año pasado en valores



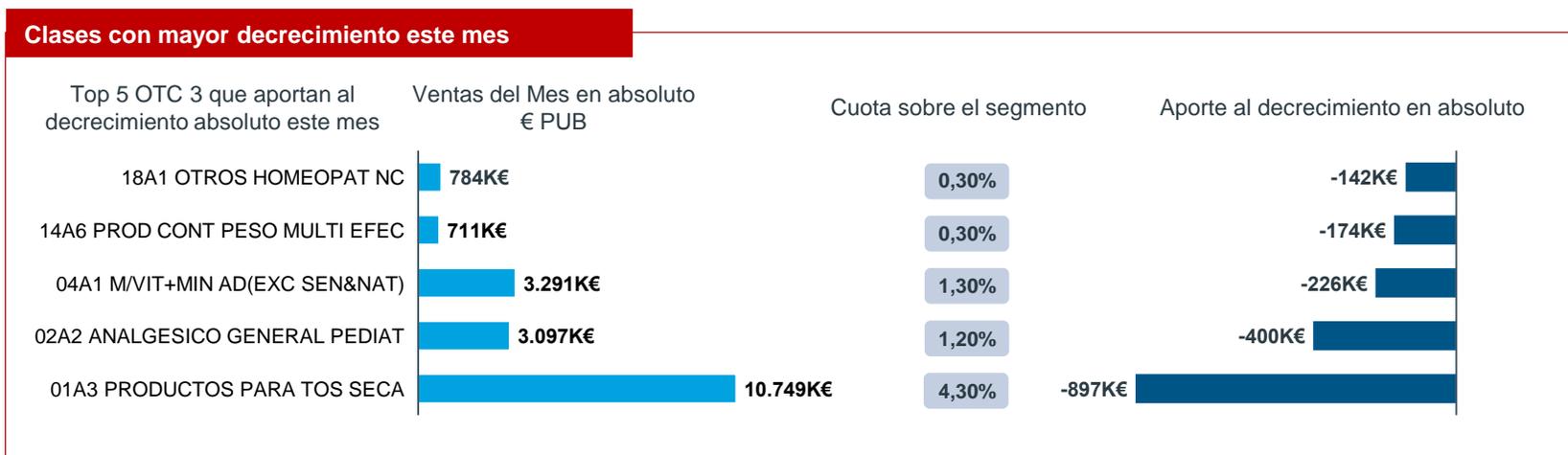
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# Los antigripales/anticatarrales aportan 6,6M€ al crecimiento del mercado Consumer Health este mes de enero

Además de productos estacionales, destacan con crecimientos positivos los Antálgicos Musculares Tópicos



- Voltadol, Flogoprofen, Fisiocrem y Thermacare muestran crecimientos muy positivos, que favorecen el crecimiento de la clase en un 8,6%. Reflex es el único de los top 5 productos de esta clase que decrece.
- En la clase de **Lágrimas artificiales y lubricantes oculares** vemos que los **top 5 productos crecen**, y Aquoral, Thealoz Duo y Lubrстил lo hacen a doble dígito.



- Además de los productos para tos seca, que se han mencionado anteriormente en la presentación, destaca por su aportación al decrecimiento la clase de Analgésicos generales pediátricos.
- **Nurofen pediátrico** es el único de los top 5 productos que **aporta positivamente** a la clase de Analgésicos generales pediátricos.

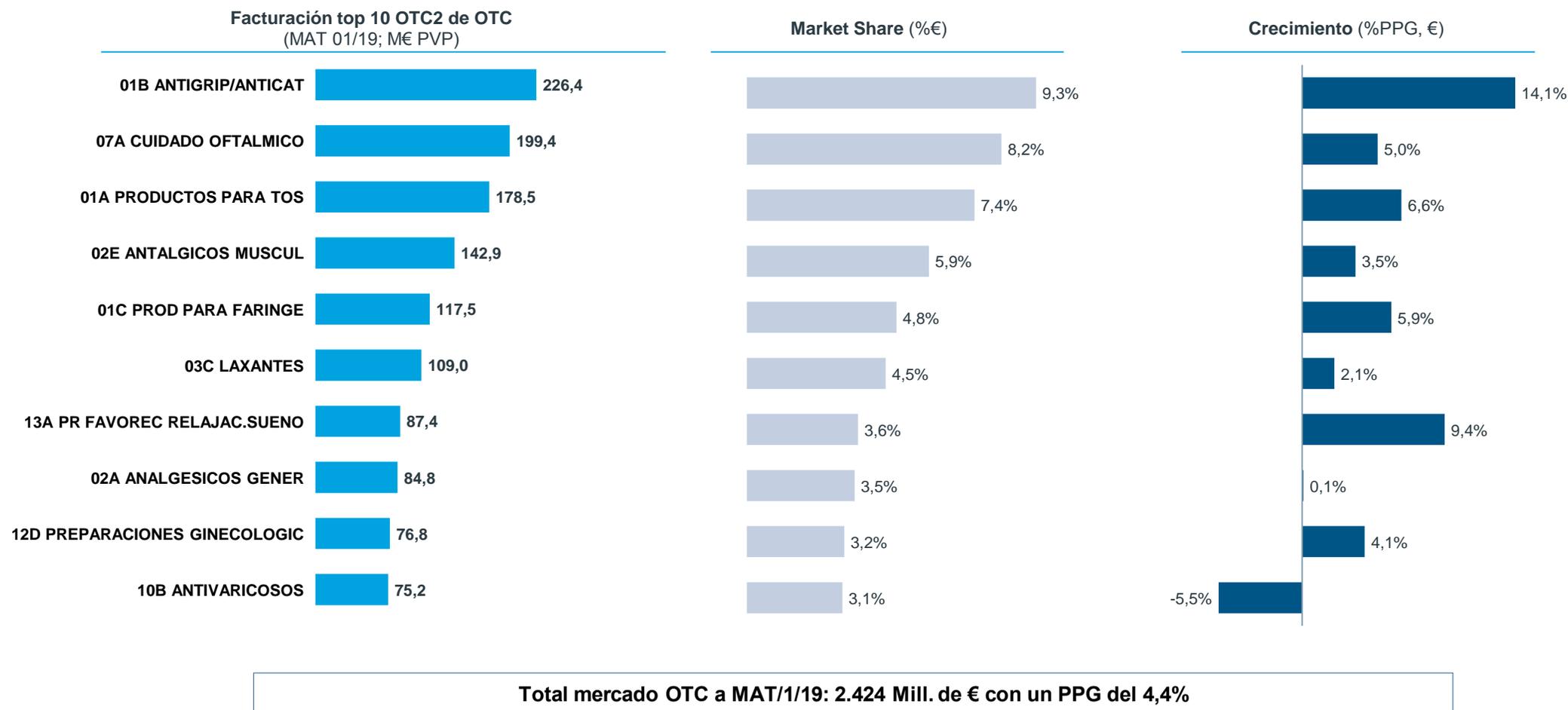
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

# En los últimos 12 meses, 9 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los Antivaricosos los únicos que decrecen (-5,5%)

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



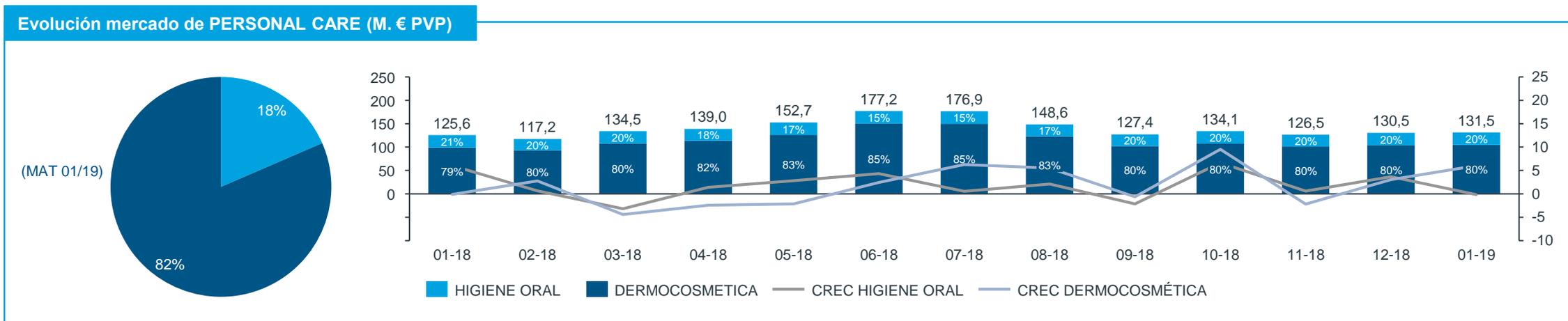
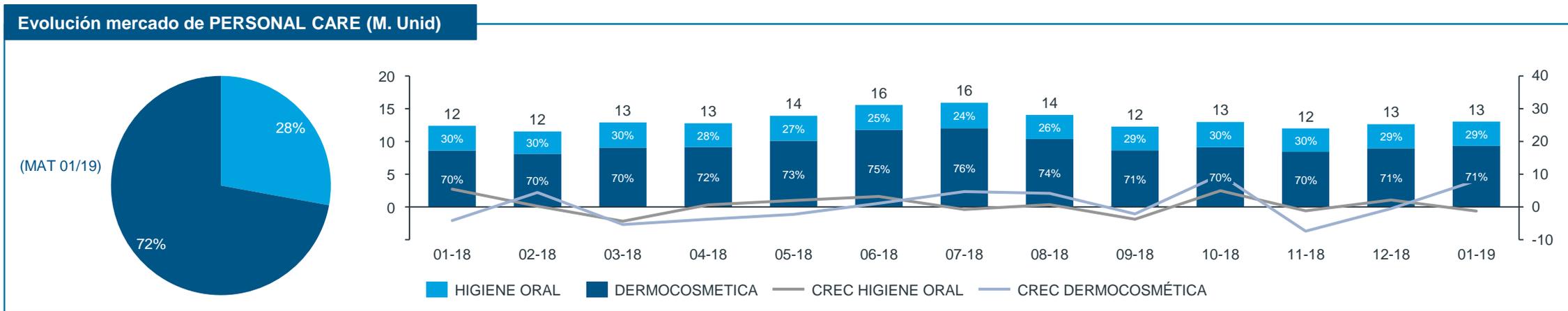
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

# Únicamente Dermocosmética muestra tendencias positivas tanto en valores como en unidades para el mes de enero

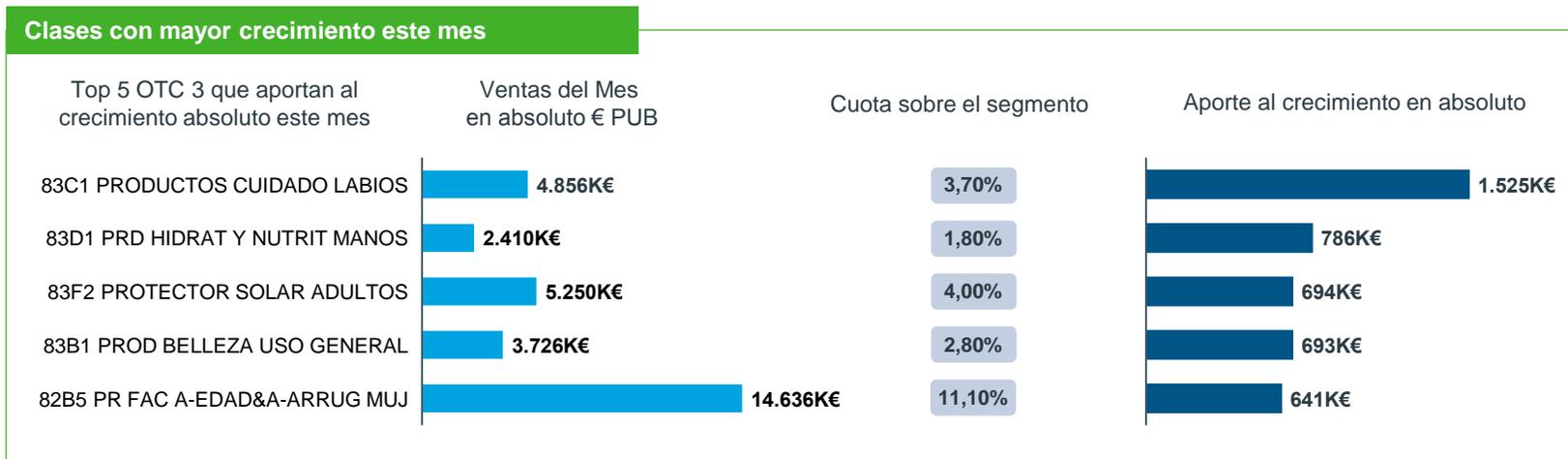
*El segmento de higiene cae un -1,2% en unidades frente al mismo periodo del año anterior*



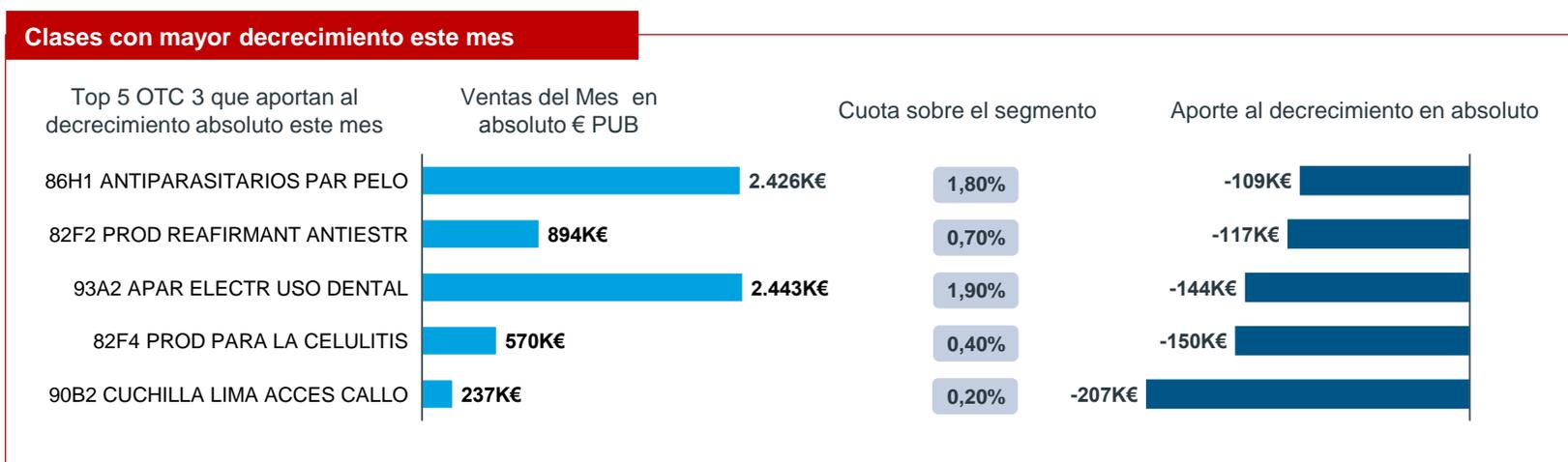
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# 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 segunda clase que frena el crecimiento de PEC



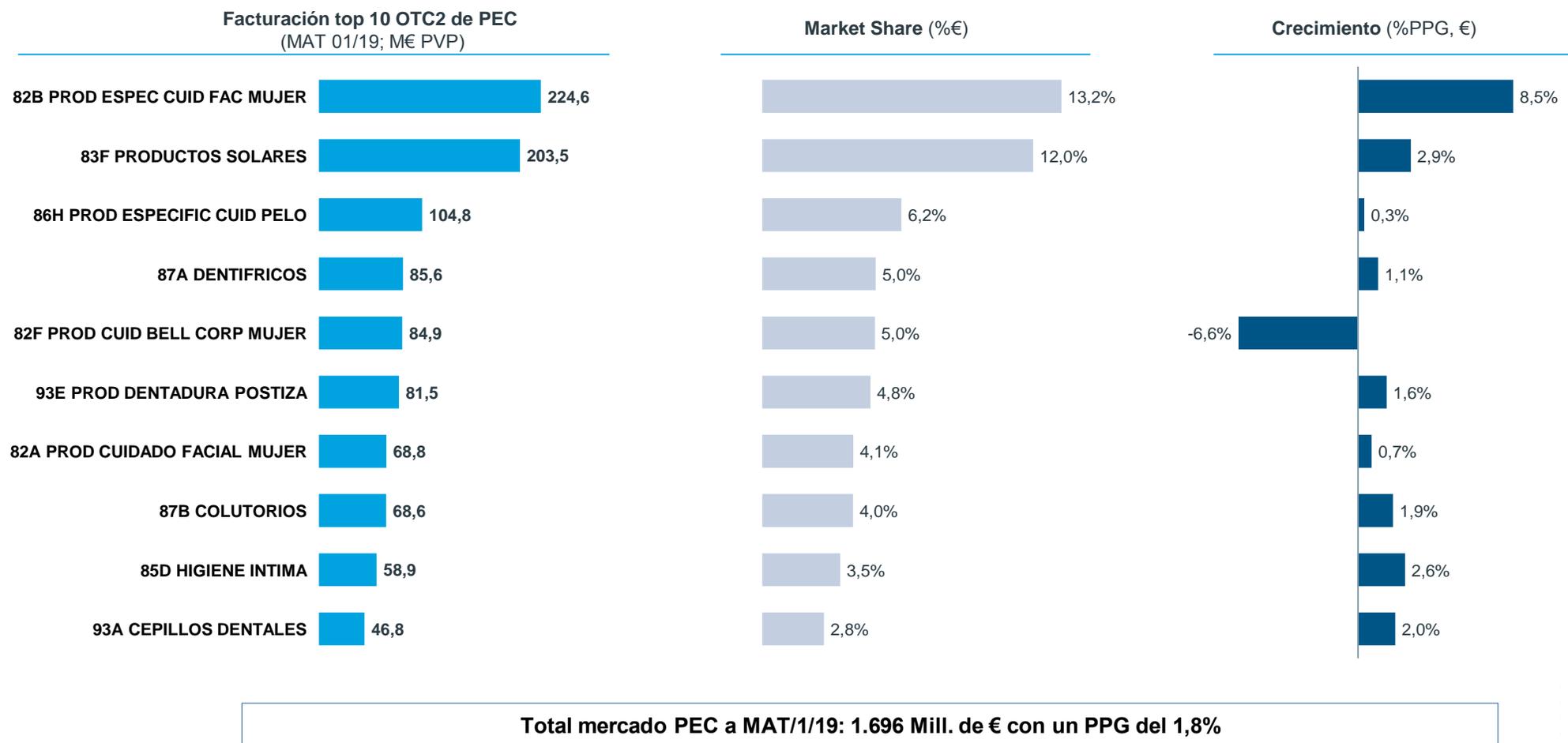
- El frío favorece la venta de productos estacionales. Vemos **crecimientos en las clases de Productos para el cuidado de labios (45,8%), Productos hidratantes y nutritivos para manos (+48,4%) y Protectores solares de adultos (+15,2%)**. En estas clases destacan los crecimientos de los Top 5 laboratorios Isdin, J&J, Leti, Avene y Cantabria Labs 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 reafirmantes antiestrías y Antiparasitarios para el pelo**.
- 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.

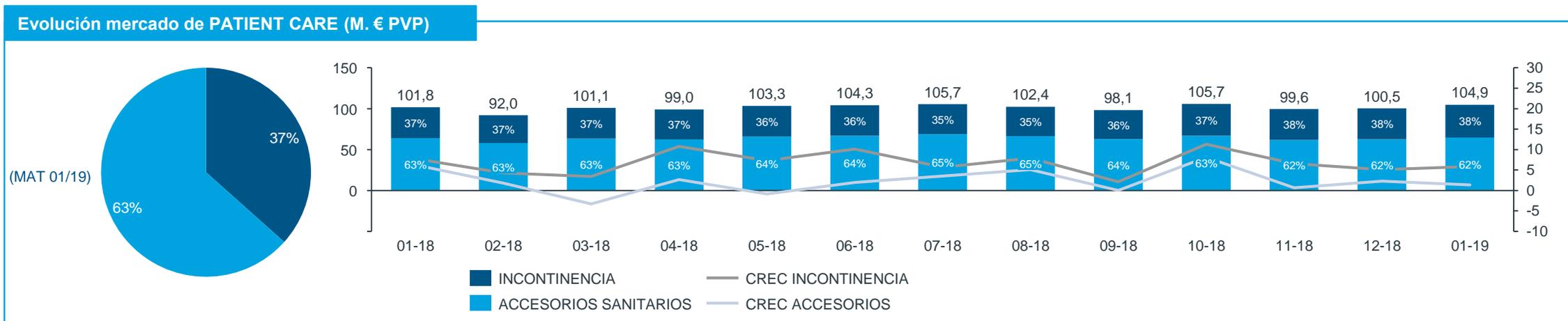
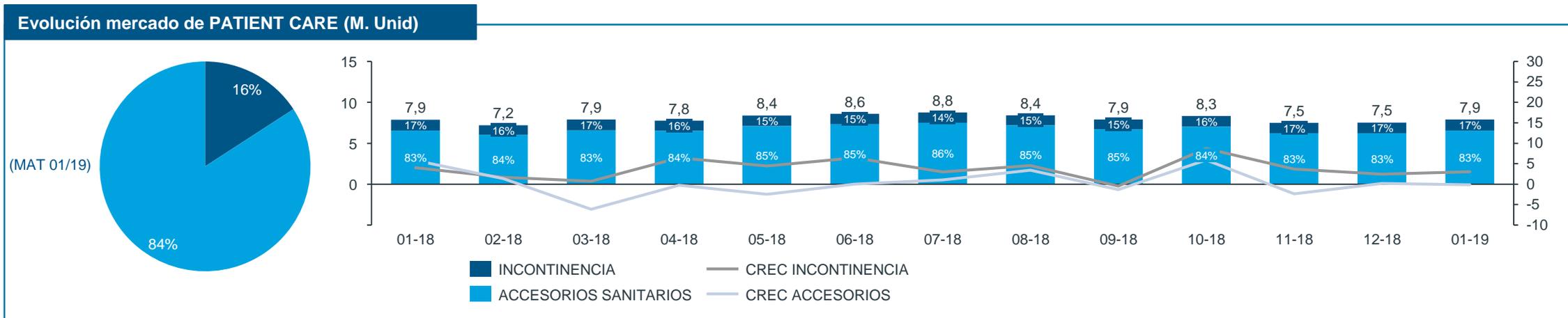
# 9 de las Top 10 clases de PEC crecen, siendo la de Productos para el cuidado y belleza corporal de la mujer la única que decrece (-6,6%)

*Martiderm, Eucerin y Caudalie son las 3 de las top 5 Marcas que crecen a doble dígito*



# 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 enero, los Productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal aportan 5,8M€ al crecimiento del segmento PAC

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

## 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	13.842K€	13,20%	5.798K€
50A4 BOLSAS/PAQUET COLOSTOMIA	5.013K€	4,80%	432K€
55A2 AGUJAS DESECHABLES	1.044K€	1,00%	270K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	3.116K€	3,00%	215K€
50A5 BOLSAS/PAQUET ILEOSTOMIA	2.664K€	2,50%	171K€

- En enero, la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PEC es la 52B5 con **Productos para la incontinencia Braga Pañal, creciendo 5,8M€**. 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 40%, esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

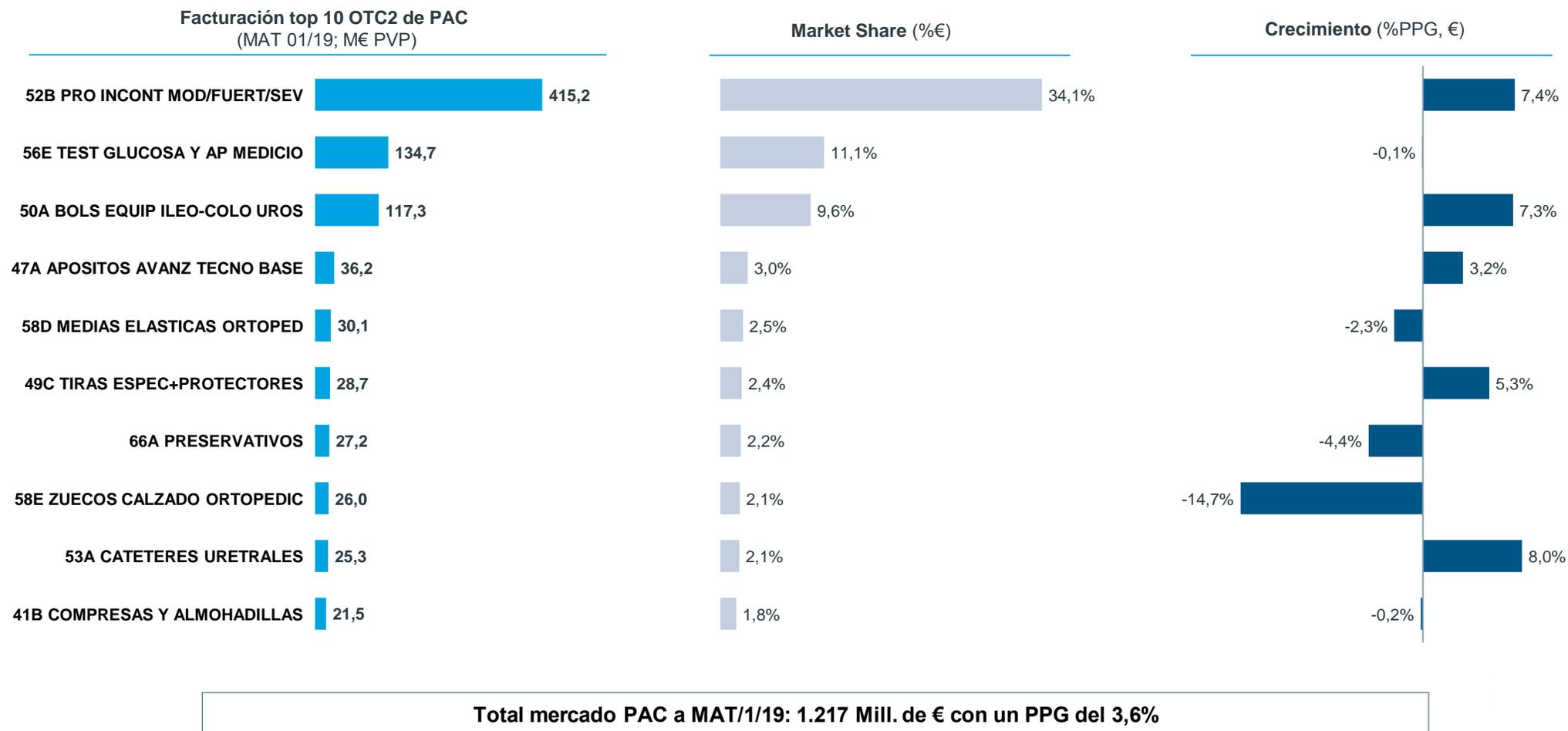
## Clases con mayor decrecimiento este mes

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
56A1 AP.DIGITAL MED.PRES.SANG	1.576K€	1,50%	-181K€
56D4 TERMOMETROS DIGITALES	1.728K€	1,60%	-185K€
56E2 TESTS DE GLUCOSA EN SANGR	11.114K€	10,60%	-185K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	6.946K€	6,60%	-955K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	14.795K€	14,10%	-2.341K€

- Decrecen más de 2M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, los Top 8 laboratorios líderes en esta clase decrecen y 6 de ellos lo hacen a doble dígito.
- La segunda clase con mayor aporte al decrecimiento es la de Absorbentes anatómicos y cae un -12,1%, debido a la caída generalizada entre los players.
- Estos decrecimientos explican la **sustitución de los productos para incontinencia utilizados tradicionalmente por la Braga-Pañal**.

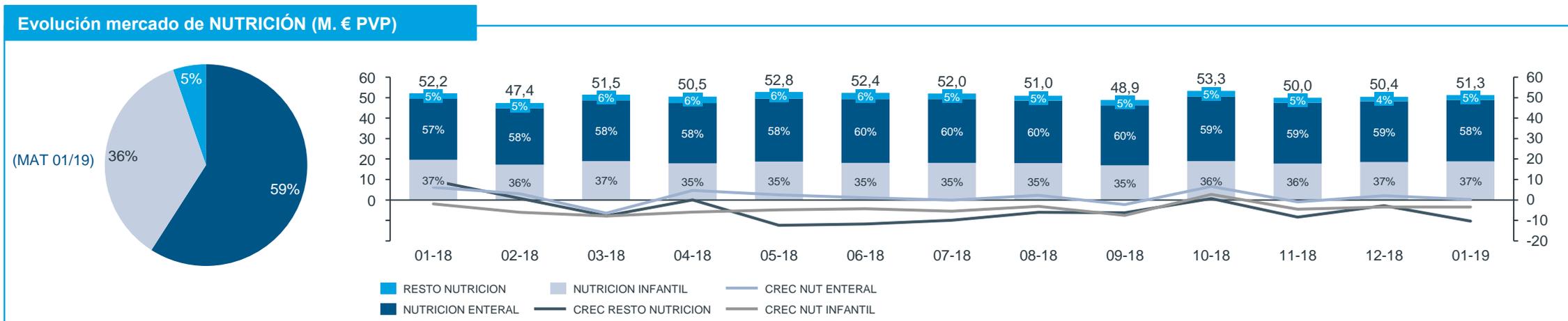
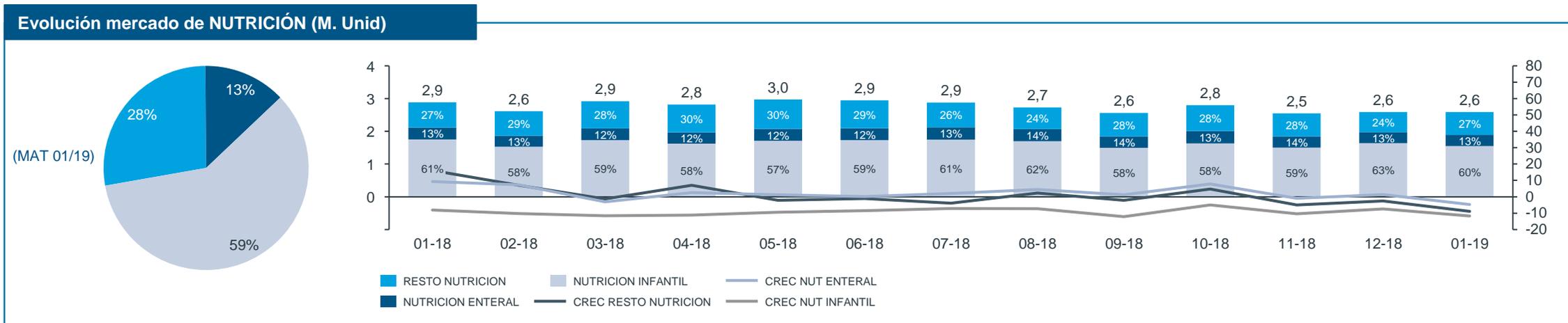
# Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (34,1%) y también la que más aporta a este mercado (28,6 M€)

En el segmento de PAC decrecen 5 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 enero 2019, nutrición enteral crece un +0,2%; nutrición infantil decrece -3,4% y el resto nutrición decrece un -10,4% 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 enero, 3 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 **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de 773k€** en el mes de enero, en estas clases vemos que los **5 líderes muestran evolución positiva** y los 3 que encabezan el top (Nutricia, Fresenius y Abbott) presentan crecimientos superiores al 15%.
- En la clase **Otras leches especiales destacan Nutricia y Mead Johnson** que son los únicos laboratorios con crecimientos positivos para el periodo analizado.

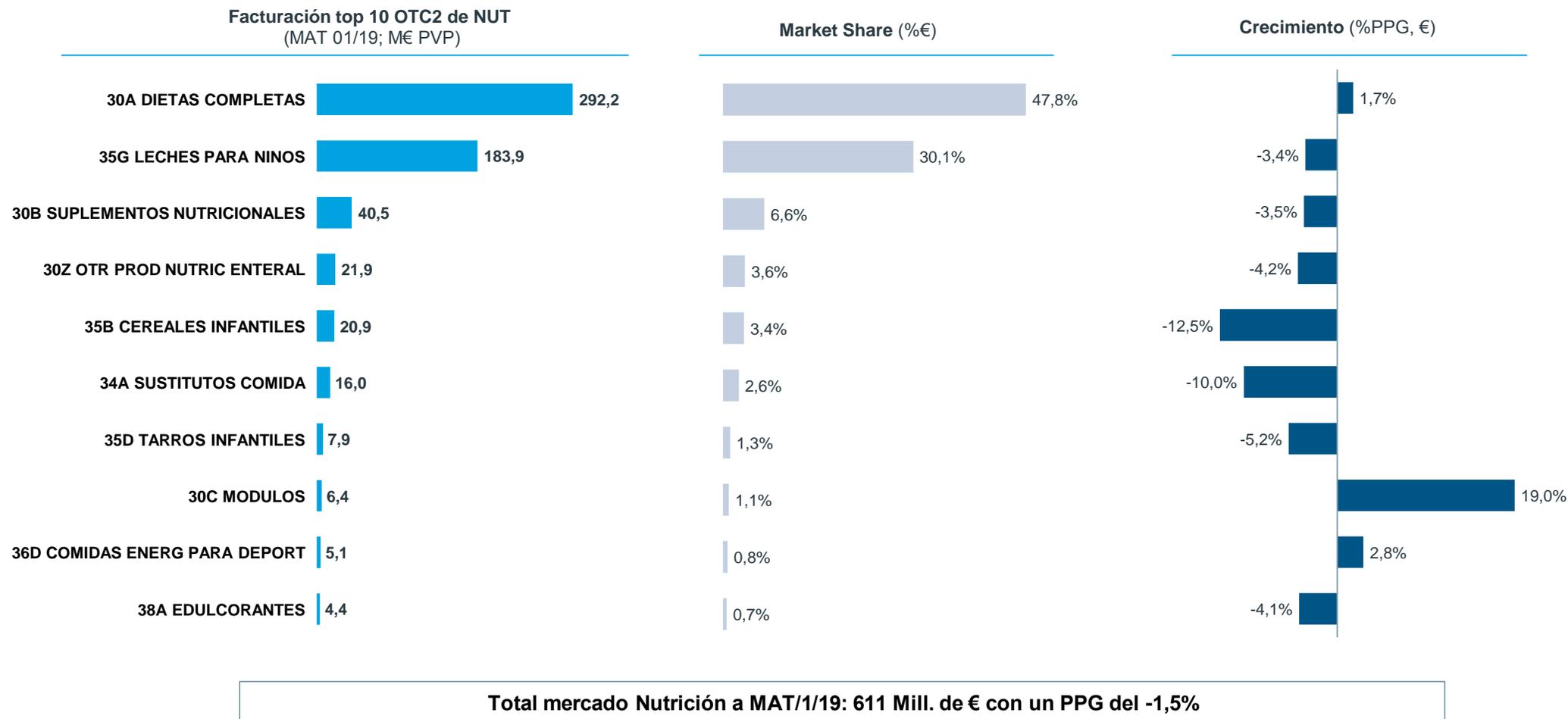
## Clases con mayor decrecimiento este mes



- 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 9,1M €, siendo la categoría de las leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-3,4%, -6,5M €)

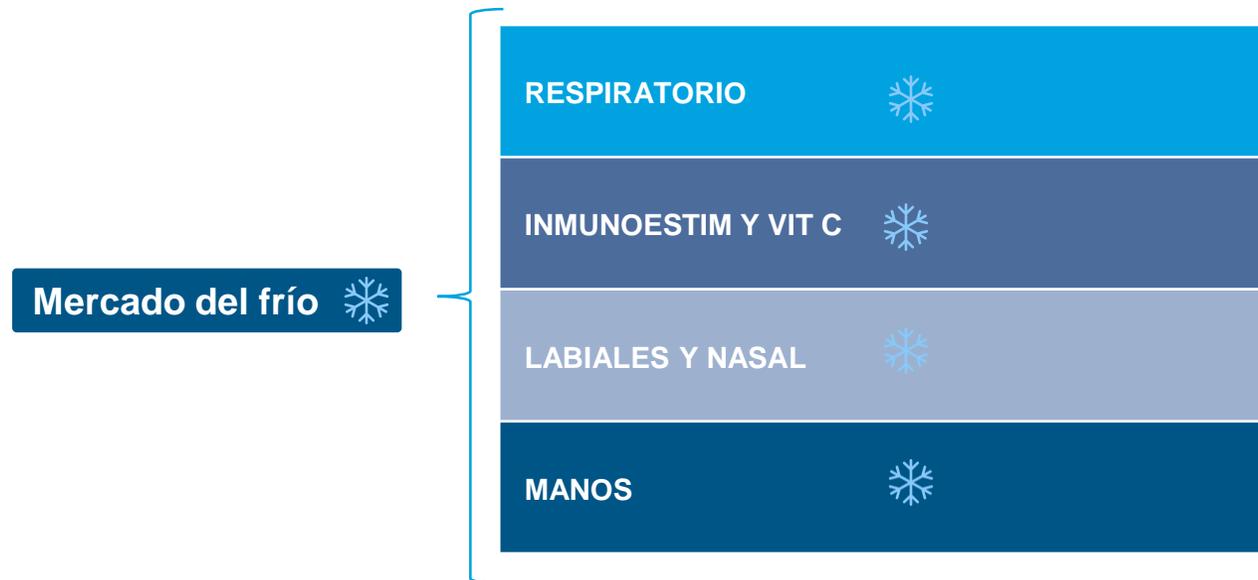
Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (47,8%) y evolución positiva



# 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**

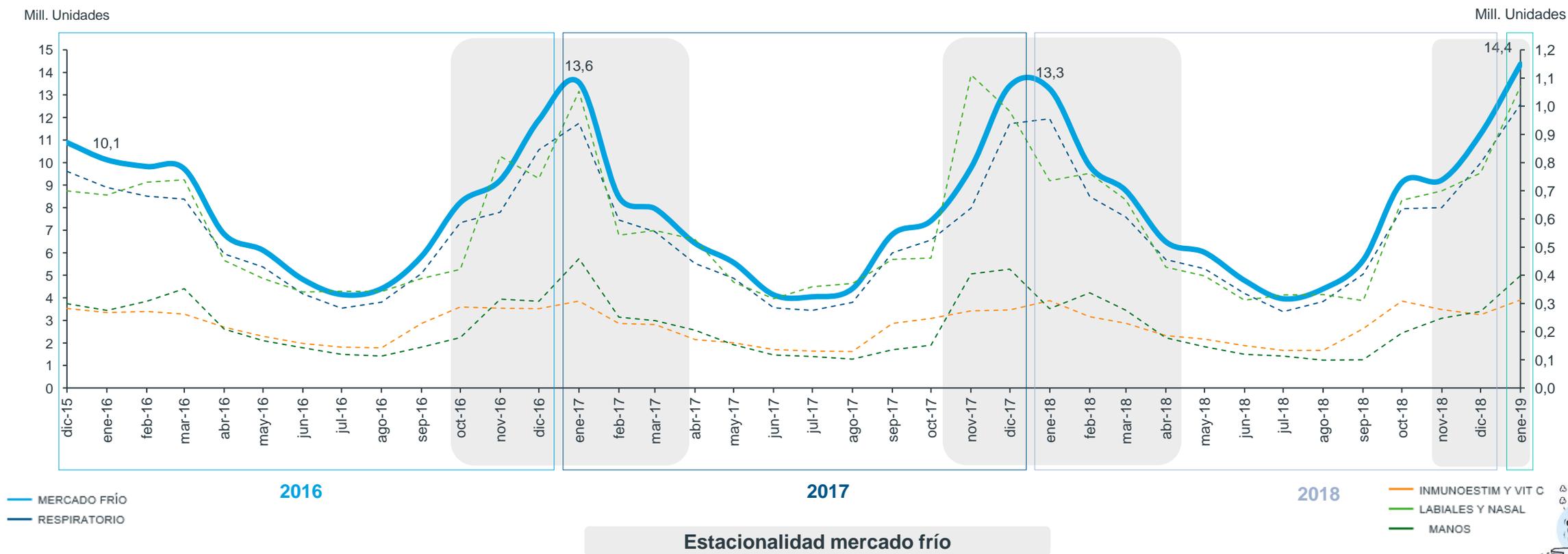
# Definimos el mercado del frío como un conjunto de clases, mayoritariamente del aparato respiratorio



# Las ventas de enero elevan el acumulado oct-nov-dic-ene19 a 44M (+0,3%), lo que estabiliza este mercado a las ventas de años anteriores para invierno

Aunque el principal driver del mercado son las clases de respiratorio, también observamos estacionalidad en el resto de clases analizadas dentro del mercado frío

Evolución mensual del Mercado del frío: clases analizadas (12/2015-01/2019)



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.200 farmacias (€PVP)

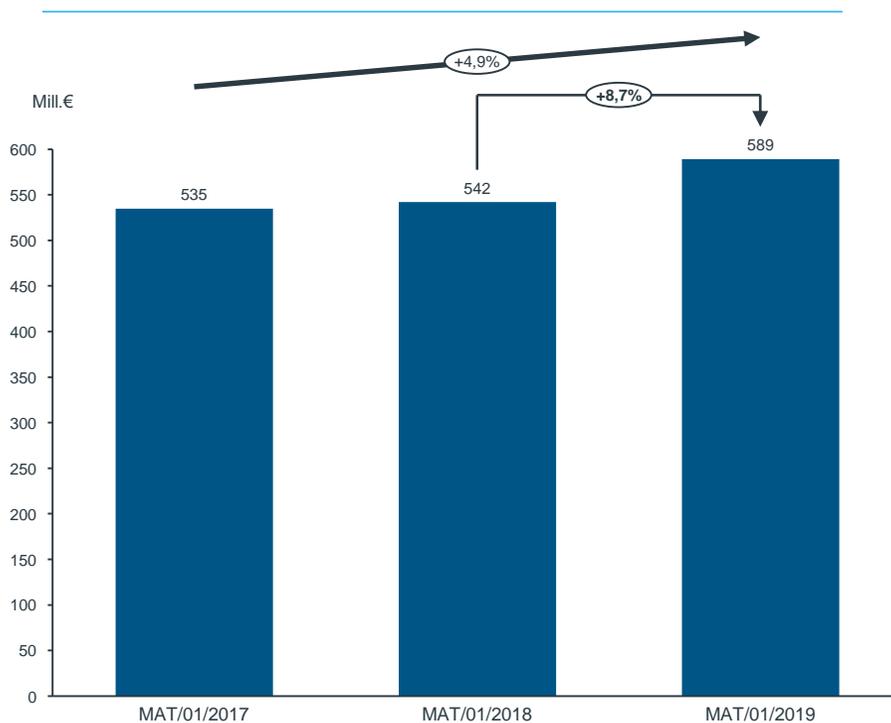
\*MERCADO DEL FRÍO = Clases analizadas: Categorías analizadas: RESPIRATORIA, INMUNOESTUM Y VIT C, LABIALES Y NASAL, MANOS.



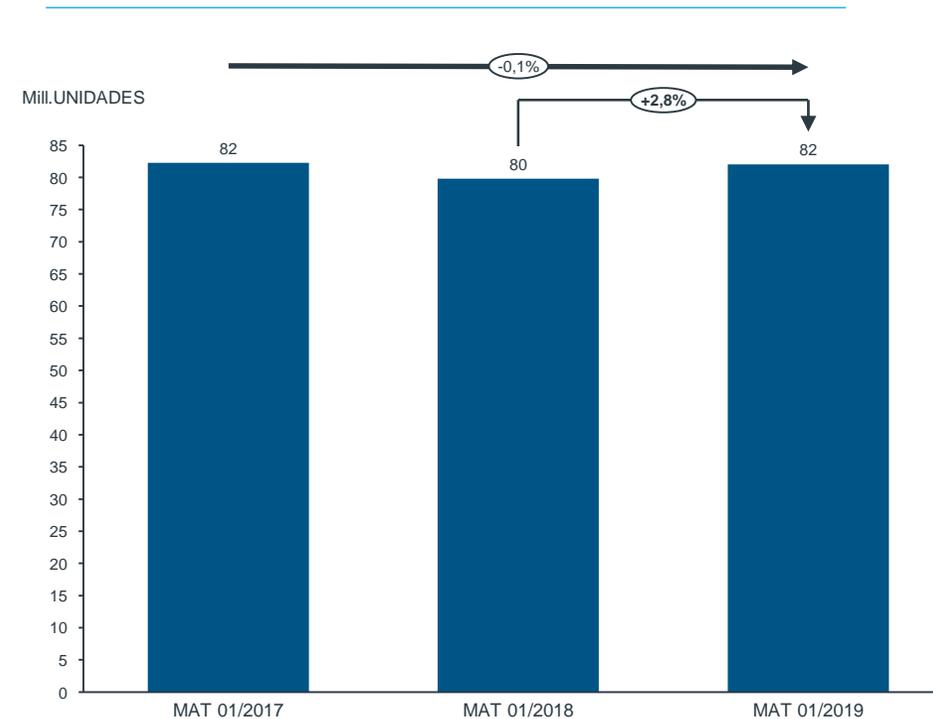
# En los últimos 3 años, las ventas de los productos incluidos en la categoría de respiratorio han crecido en un +4,9% en valores

*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 01/2019)



Evolución categoría aparato respiratorio  
(Mill. UDS, MAT 01/2019)



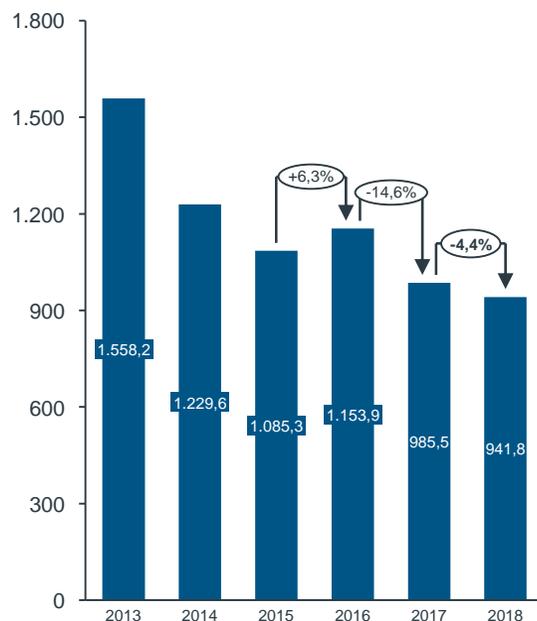
■ TOTAL RESPIRATORIO



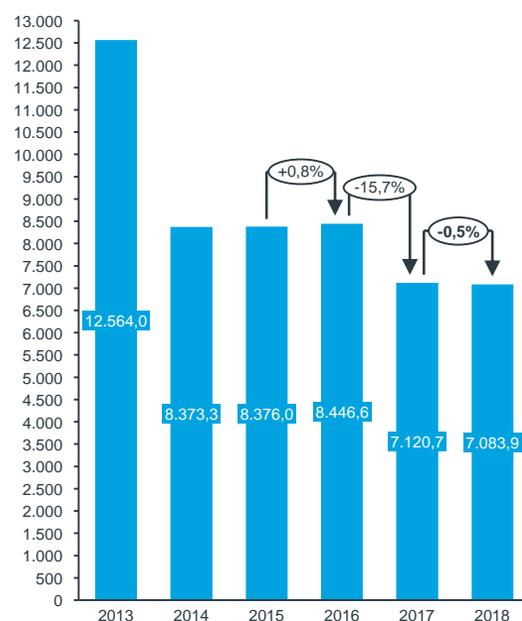
# En 2018 se lanzaron 235 referencias nuevas que acumulan unas ventas de 7,1 M€

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

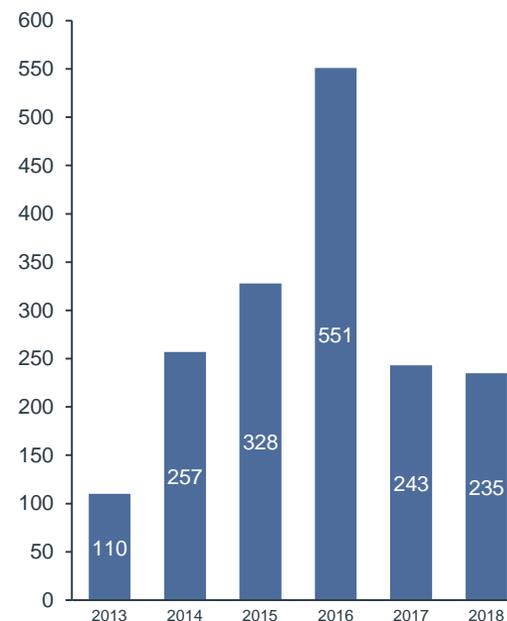
Ventas lanzamientos Mercado del Frío\* (Miles Uds)



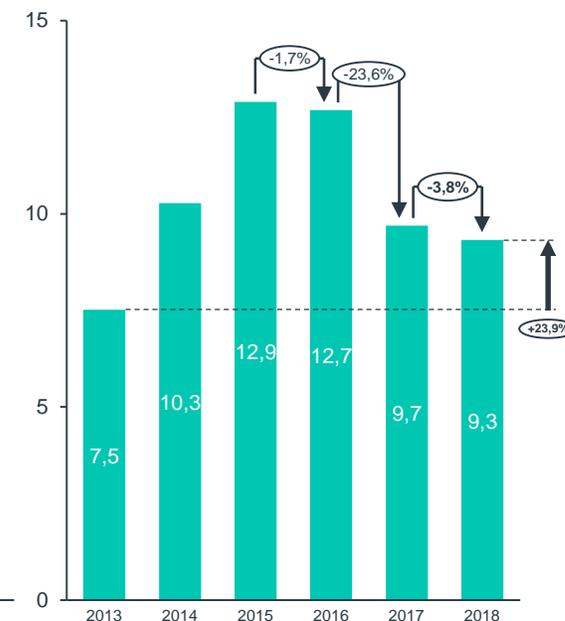
Ventas lanzamientos Mercado del Frío\* (Miles €)



# 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 enero 2019*

Febrero 2019