

# Evolución del Mercado de la farmacia Española

*Actualización datos de marzo 2020*

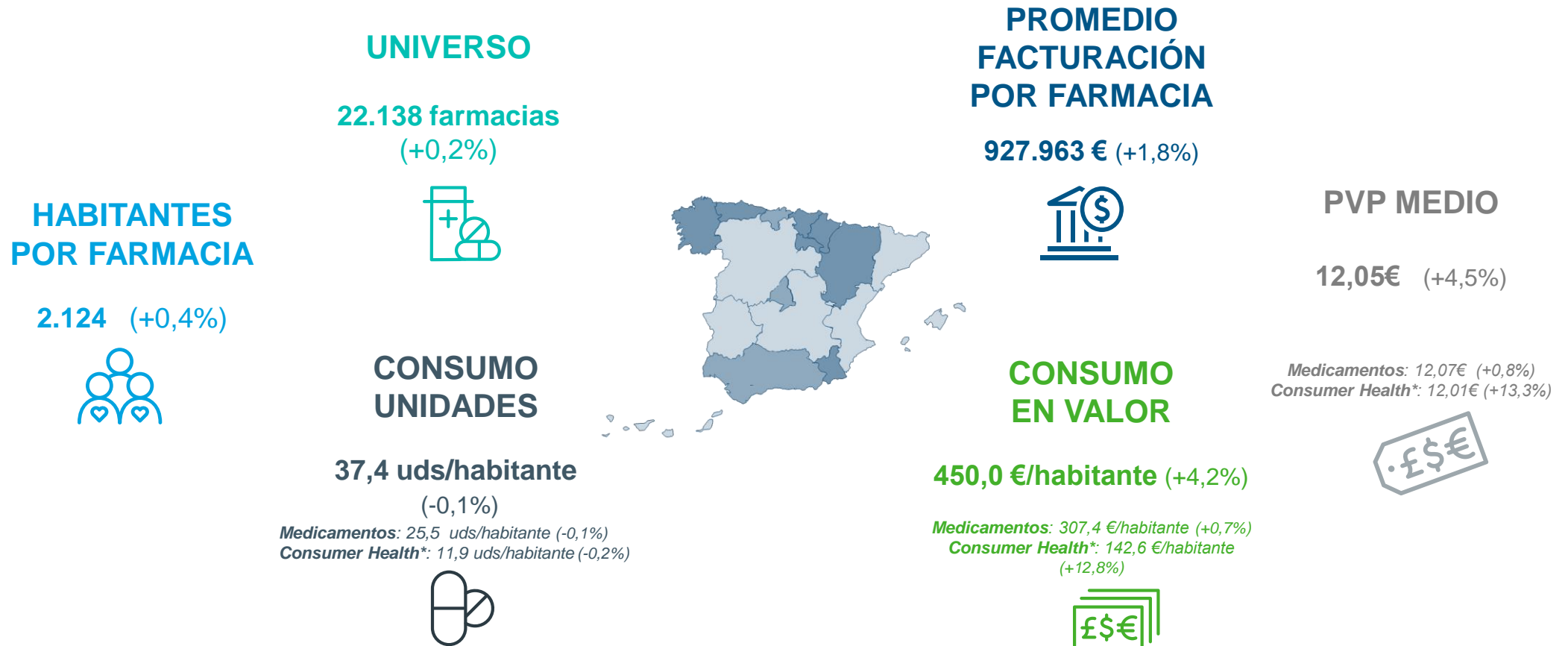
Abril 2020



# Índice

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

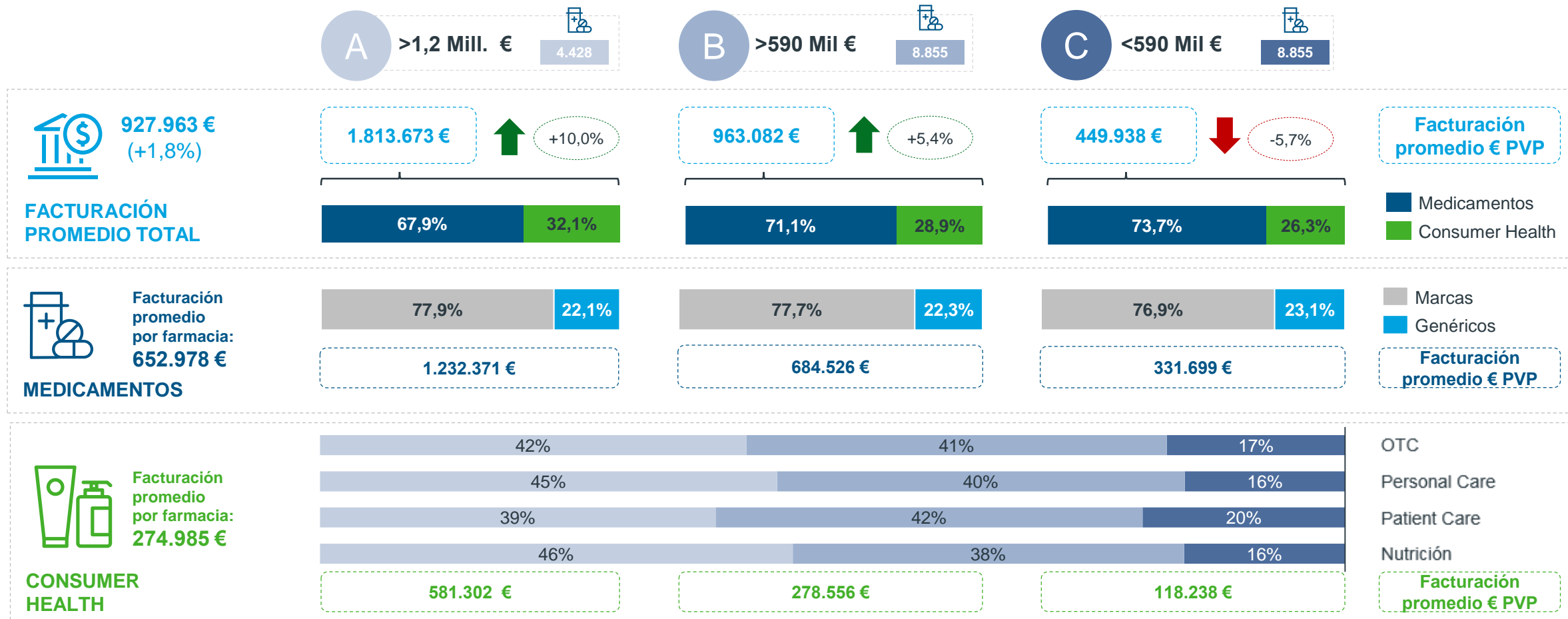
# España cuenta con 22.138 farmacias, las cuales facturan de promedio 928K€ con un PVP medio de 12,05€



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

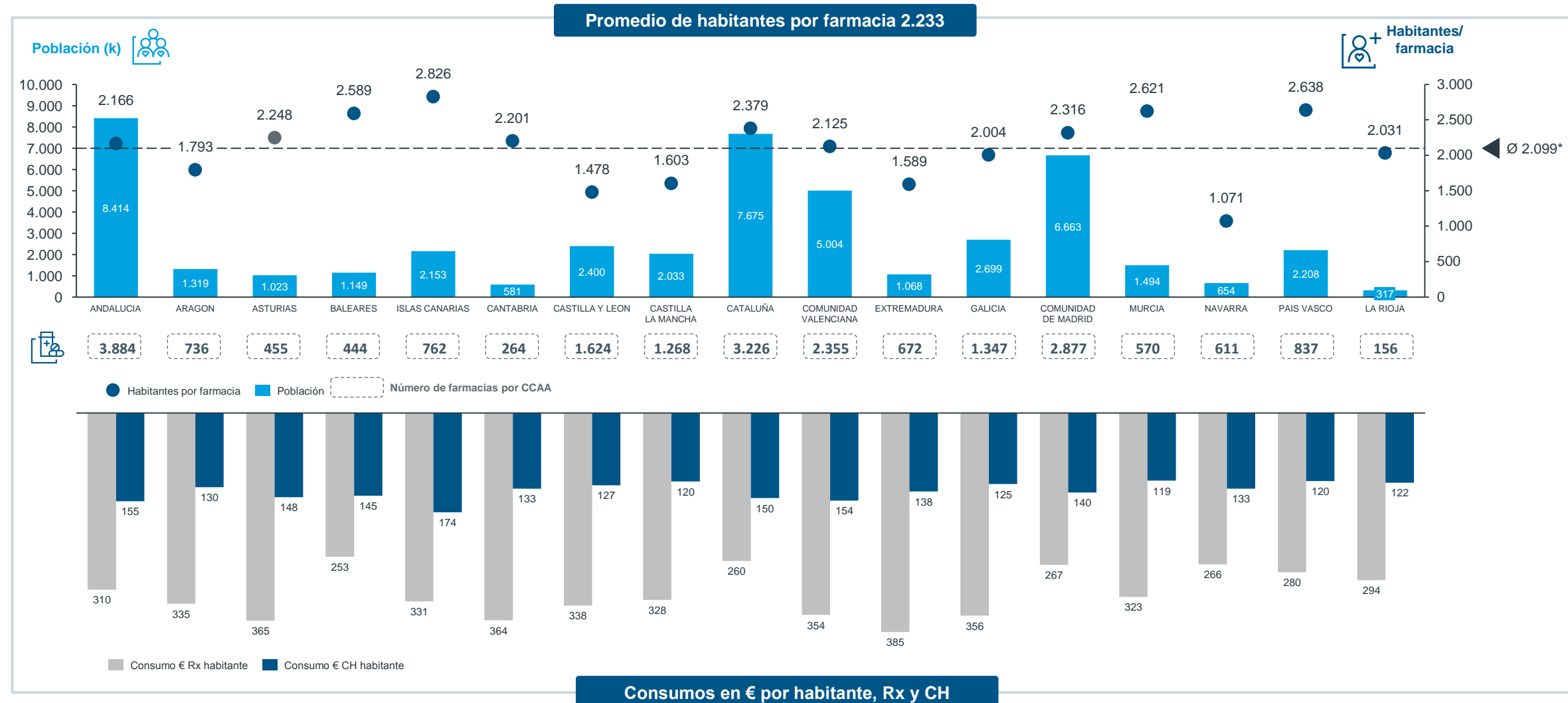
# La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 1,8% en el último año, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

El 20% de las farmacias (farmacias A) concentra el 42% del mercado CH



Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP) \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Datos 2019 (salvo split marcas vs. genéricos, basado en dato de 2018). Fuente: IQVIA Sell-out Muestra de 6.300 farmacias.  
 \*% PPG: Crecimiento entre los años 2018 y 2019

# Navarra es la CCAA con menos habitantes por farmacia (1.071) mientras que Canarias agrupa el mayor número de habitantes por farmacia (2.826)



Fuente: datos 2019  
\*Ceuta y Melilla no incluidas

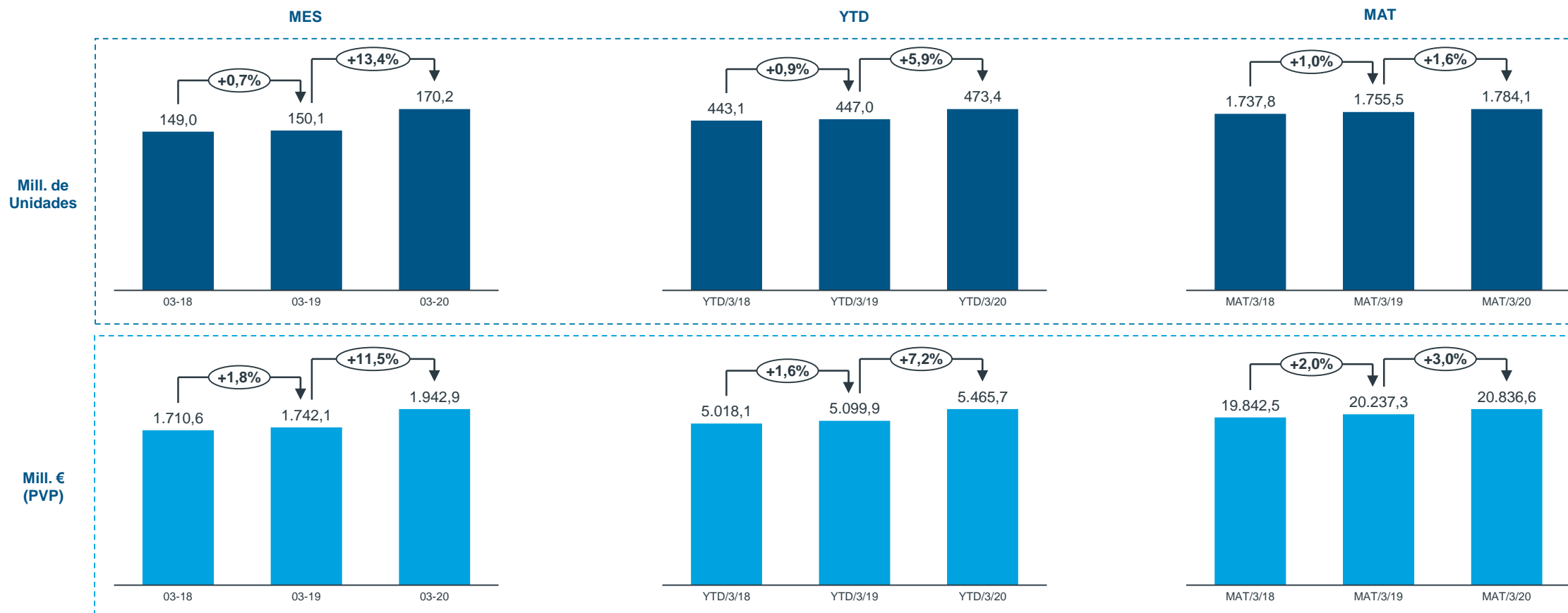


# Índice

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

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

## Total mercado farmacéutico

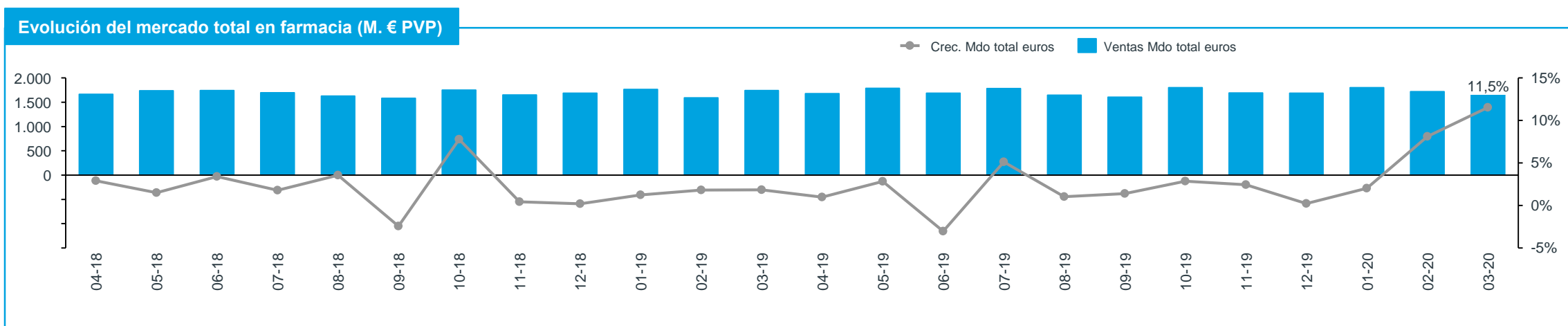
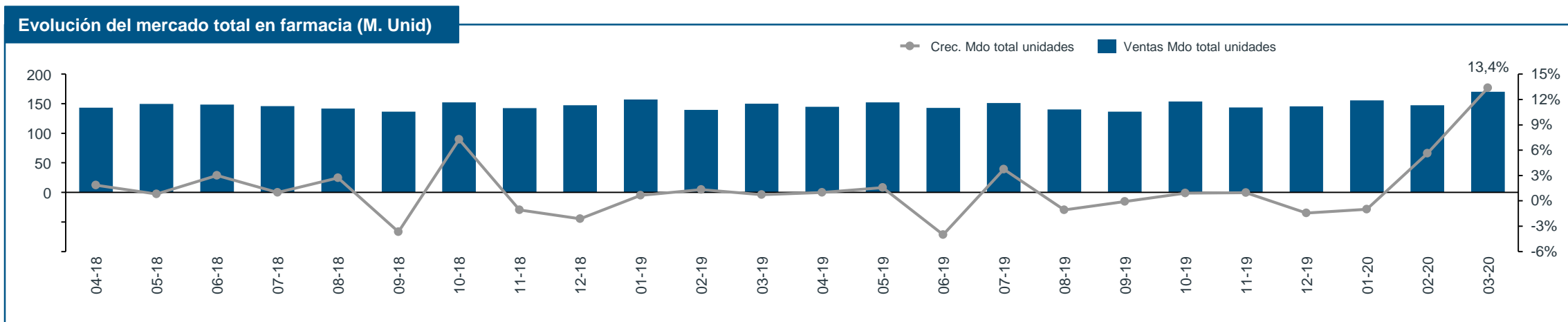


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# En marzo, el mercado crece tanto en unidades (+13,4%) como en valores con un (+11,5%) vs marzo 2019



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

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

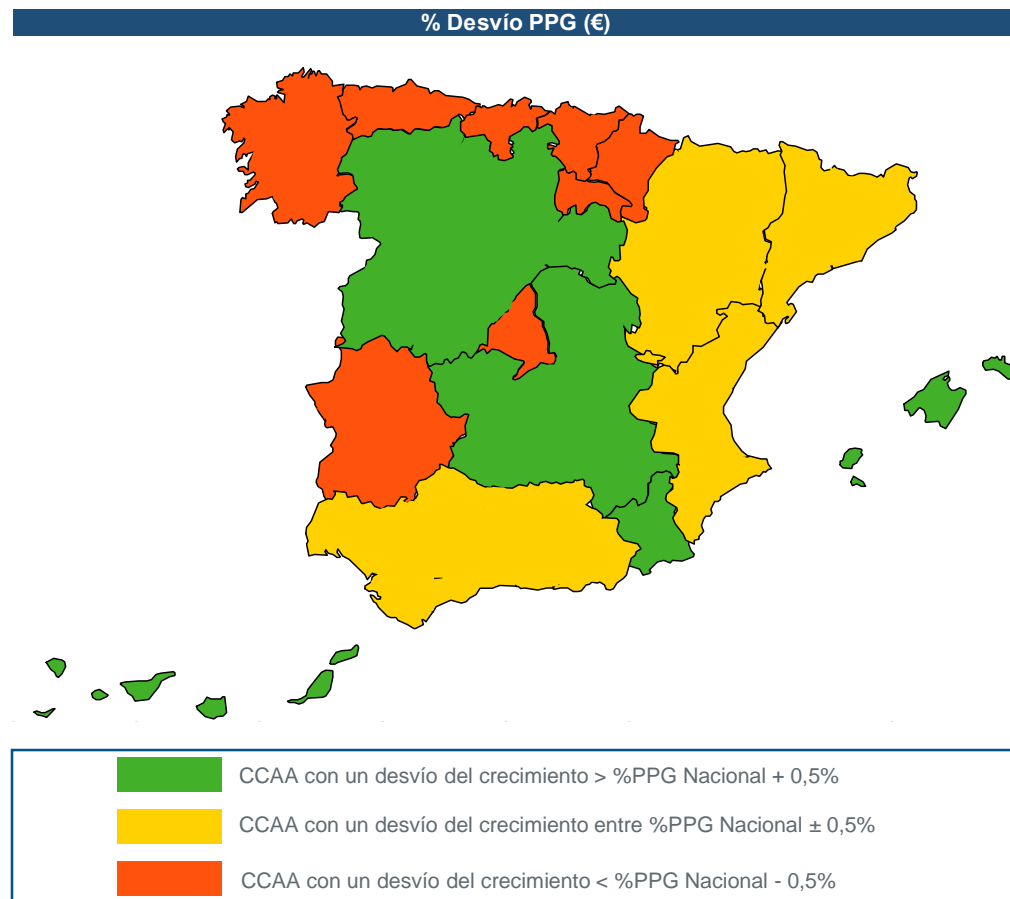
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior



# 7 de las 17 Comunidades Autónomas tienen un crecimiento superior al crecimiento nacional y 5 de ellas crecen un +0,5% por encima del nacional

*Castilla y León es la CCAA con mayor crecimiento en el último MAT, aunque Andalucía es la que más aporta al crecimiento*



MAT/3/2020	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
CASTILLA LEON	4,8%	8,5%
MURCIA	4,7%	5,0%
ISLAS CANARIAS	4,4%	7,5%
BALEARES	4,4%	3,1%
CASTILLA LA MANCHA	3,8%	5,5%
COMUNIDAD VALENCIANA	3,4%	13,8%
ANDALUCIA	3,4%	21,1%
CATALUÑA	2,7%	13,5%
ARAGON	2,6%	2,6%
GALICIA	2,3%	4,8%
PAIS VASCO	1,9%	2,8%
MADRID	1,8%	7,9%
EXTREMADURA	1,7%	1,5%
CANTABRIA	1,5%	0,7%
LA RIOJA	1,4%	0,3%
ASTURIAS	1,3%	1,1%
NAVARRA	1,1%	0,5%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>3,0%</b>	<b>100%</b>

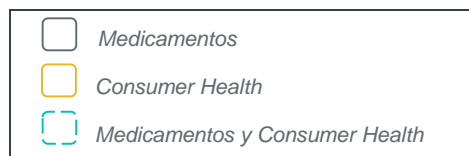
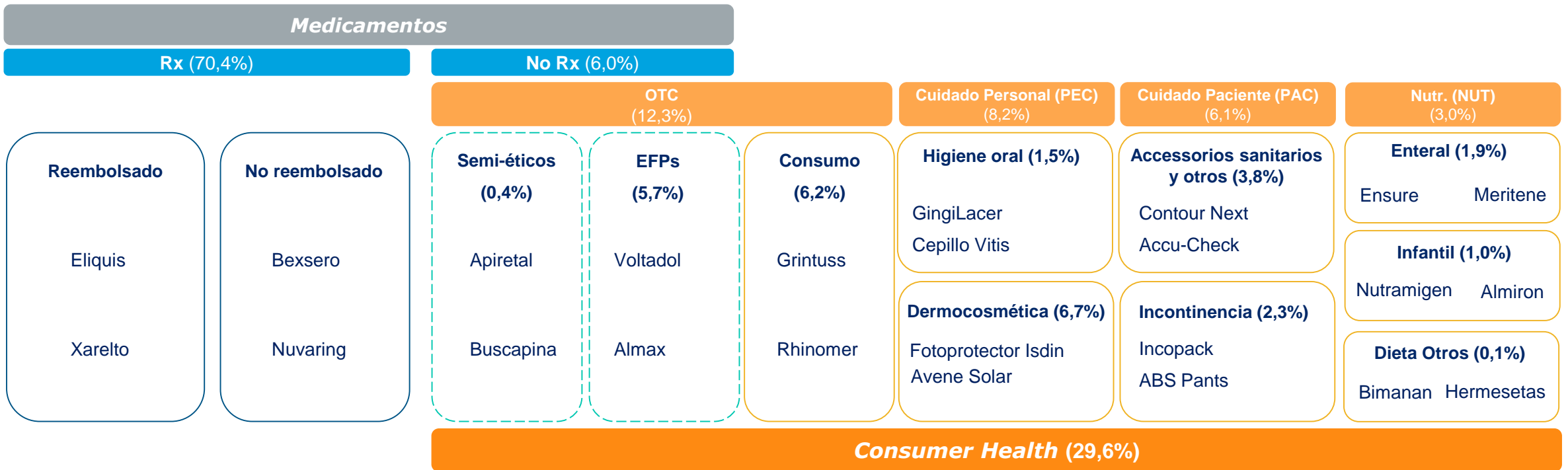


# Índice

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

# 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 03/2020 sobre el mercado farmacéutico total  
 Los ejemplos de productos se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 03/2020  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



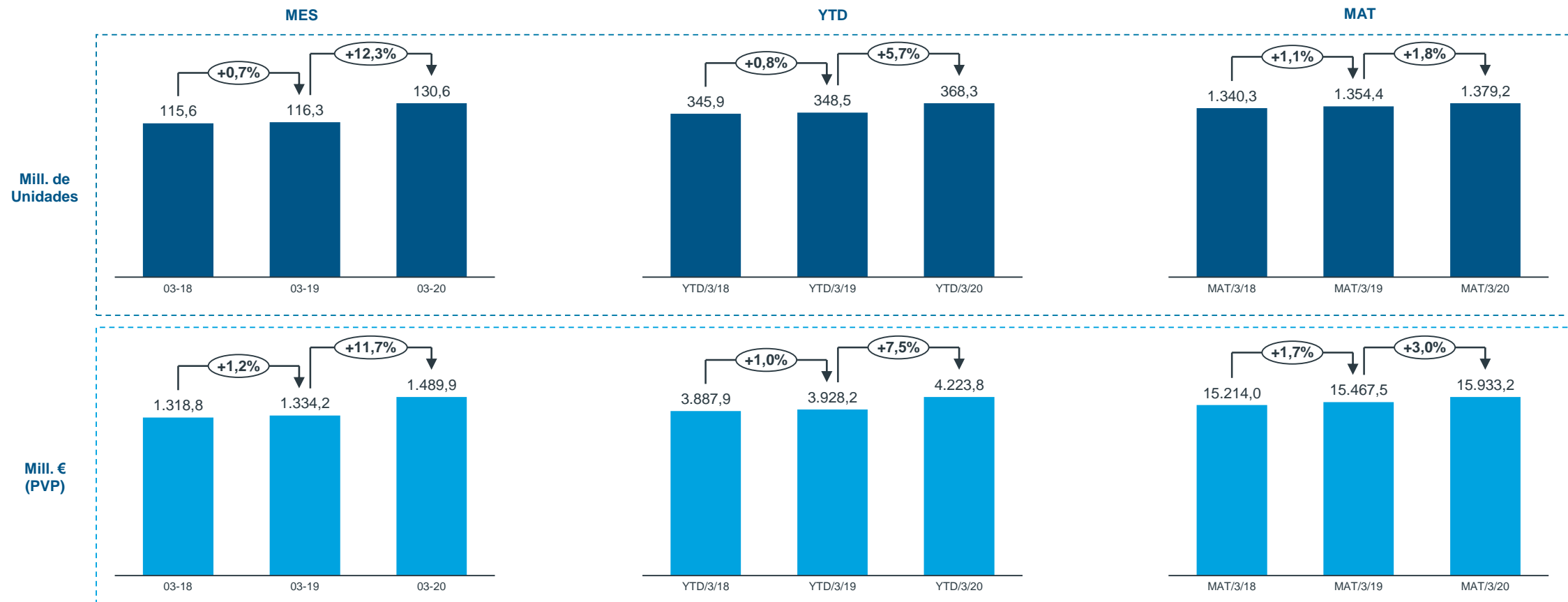
# Índice

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

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

*El último mes y YTD muestran crecimientos muy por encima al año pasado*

## Mercado de Medicamentos

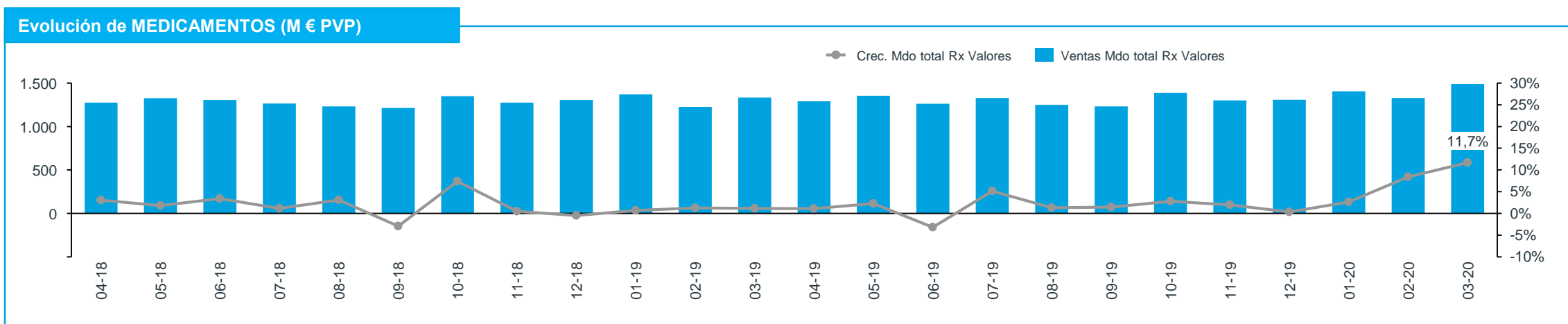
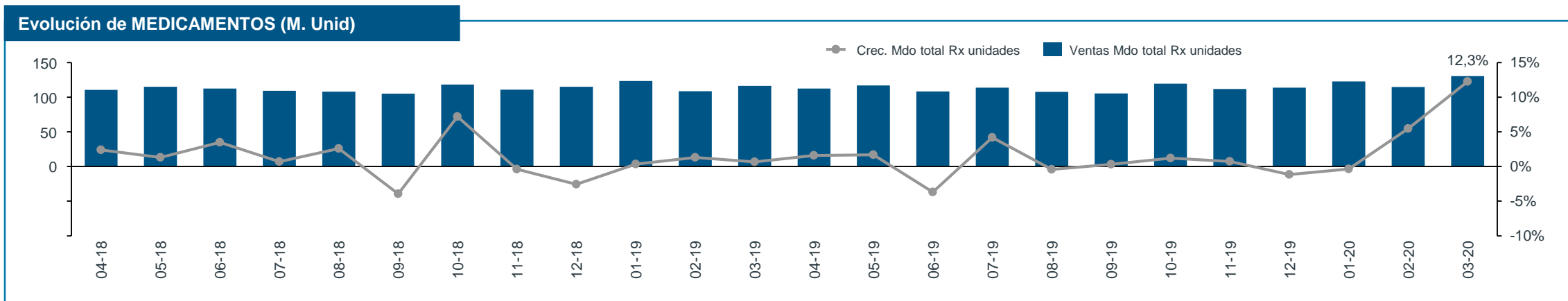


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

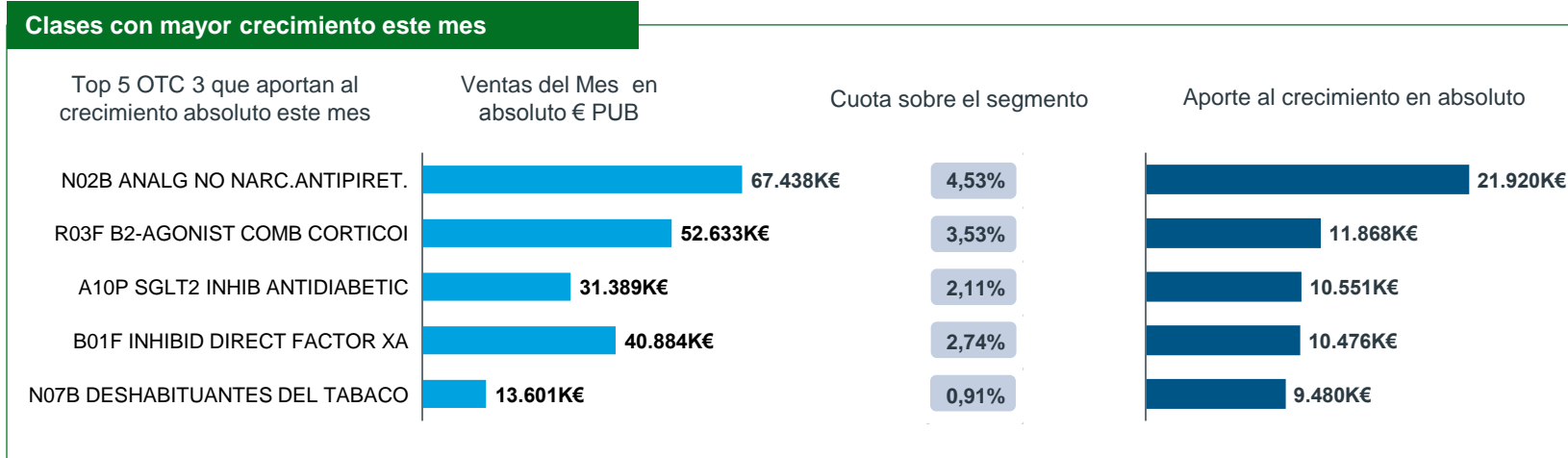
# En el mes de marzo, el mercado crece en valores (+11,7%) y también crece en unidades (+12,3%) vs el mismo periodo del año anterior



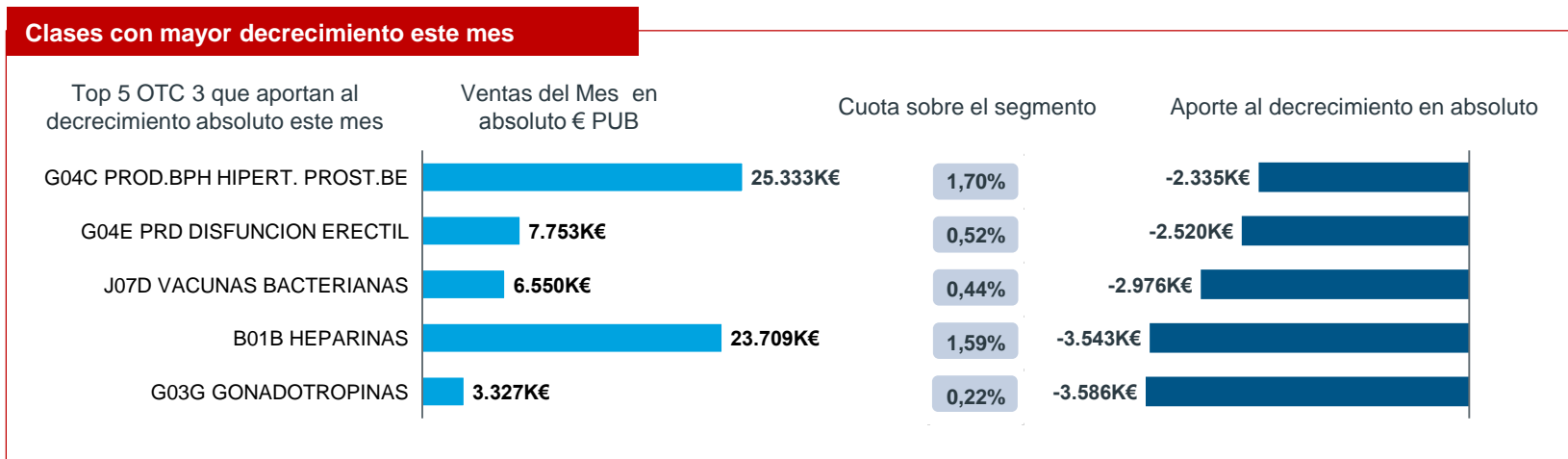
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# Los analgésicos (N02B) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de marzo, creciendo 21,9M€

Las clases que más decrecen en el mercado de medicamentos son las gonadotropinas, heparinas y vacunas



- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de **analgésicos antipiréticos**, que aportan en el mes **~22M€**. **Gelocatil, Paracetamol Kern y Espididol** aportan conjuntamente **~8M€**. El crecimiento de esta categoría puede estar promovido por la situación del **COVID** que estamos viviendo.
- La **clase Deshabitantes del tabaco** sigue siendo de las que más aportan al crecimiento gracias a la financiación de Champix a partir del 1 de Enero de 2020.

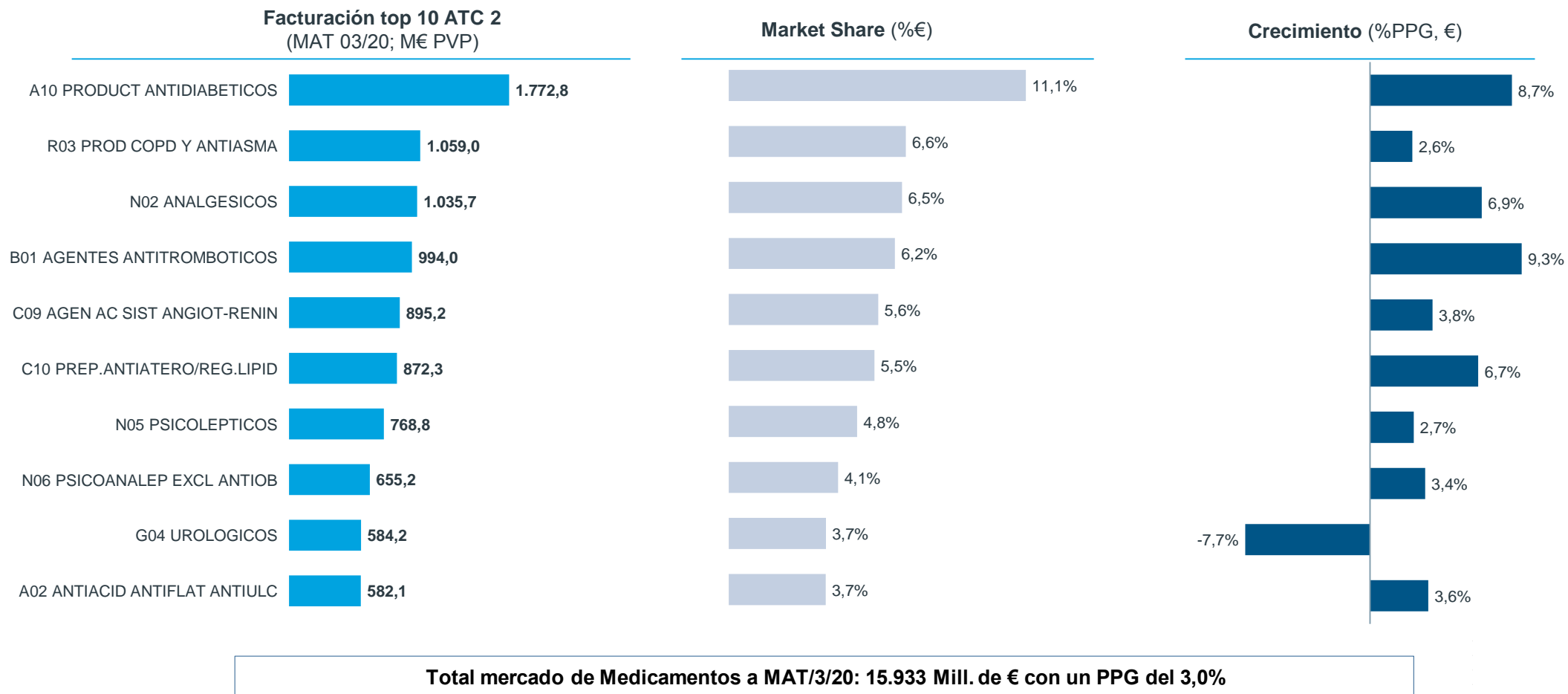


- **La clase que más contribuye al decrecimiento son las gonadotropinas**, con un decrecimiento generalizado de los productos de esta clase.
- **La segunda clase que más contribuye al decrecimiento son las heparinas**, este decrecimiento puede estar ligado a la bajada en intervenciones debido a la situación actual del COVID.

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

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

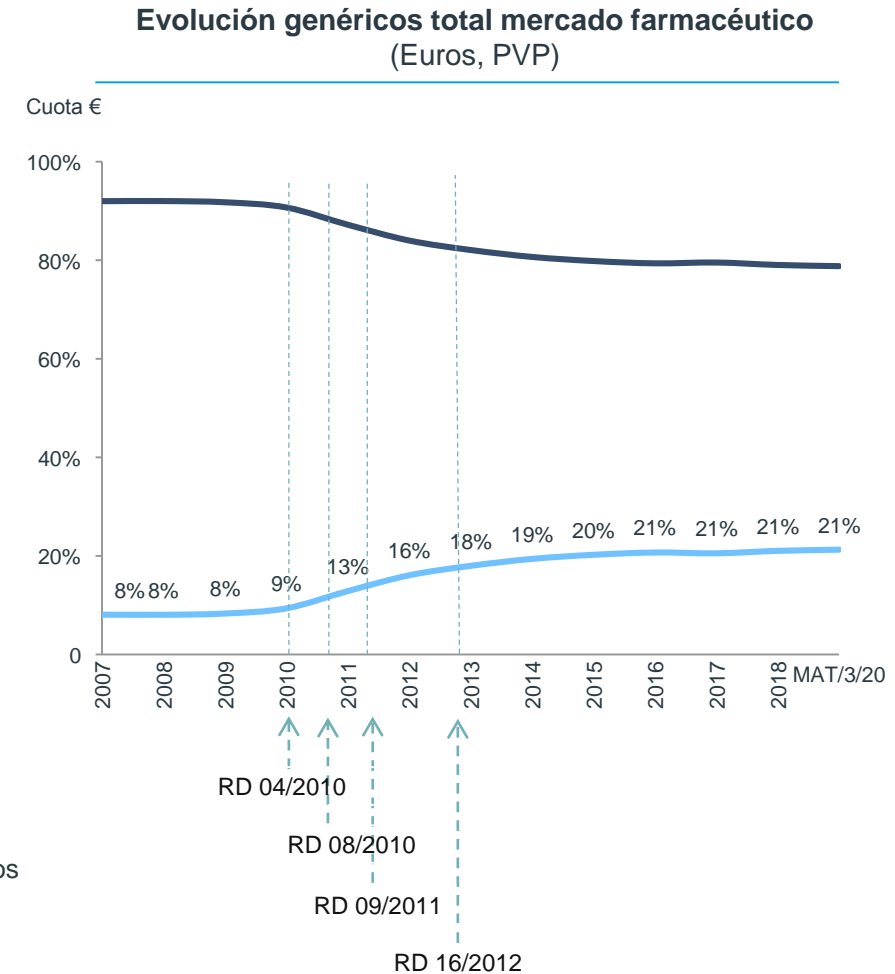
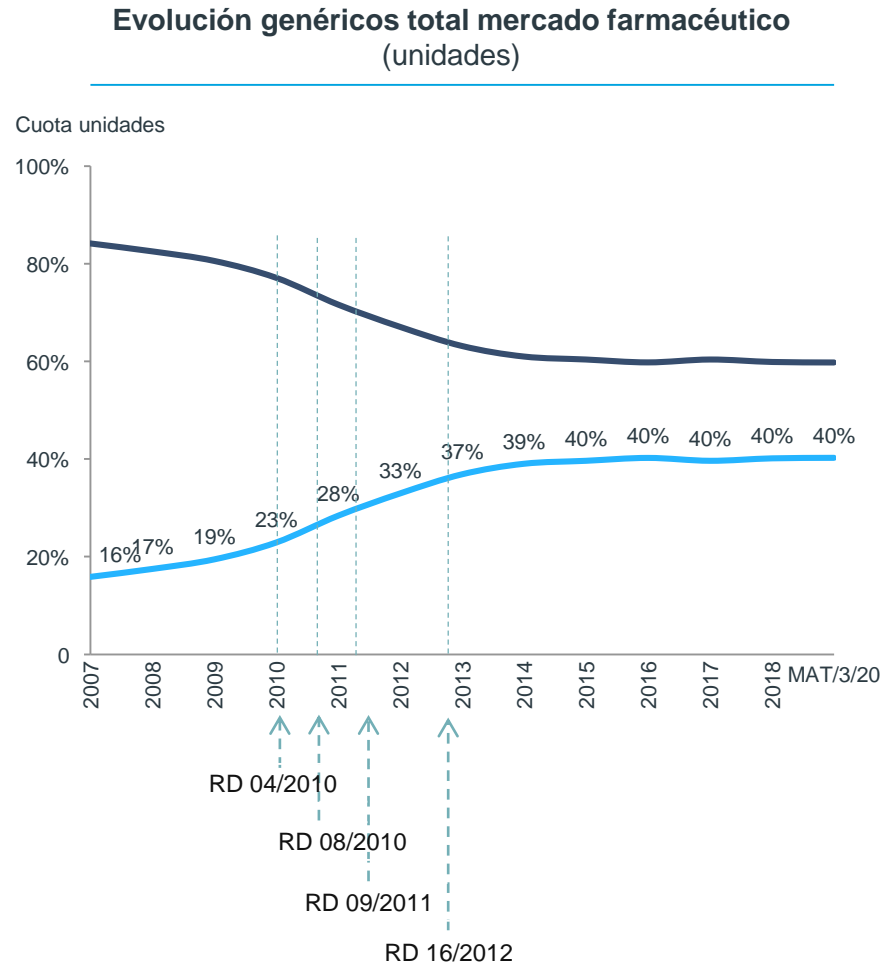
*Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase Antiepilepticos (+39,8M€)*



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

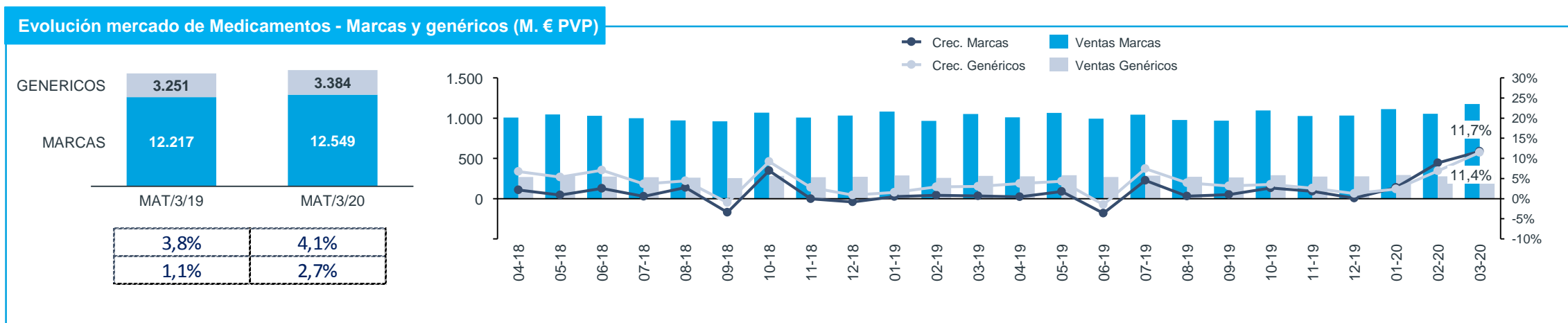
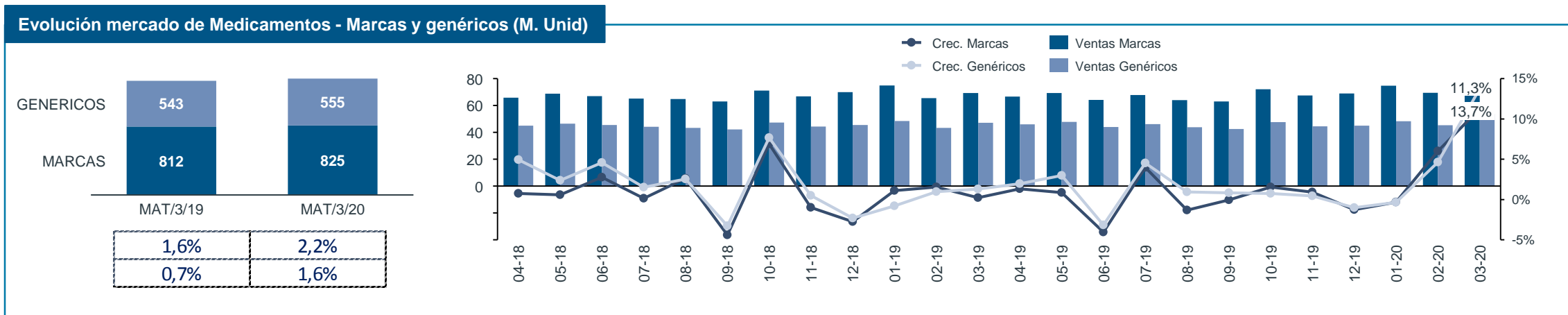


# Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje es del 21% en valores



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

# En el mes analizado, las marcas crecen por encima de los genéricos en valores rompiendo la tendencia de 2018 y 2019

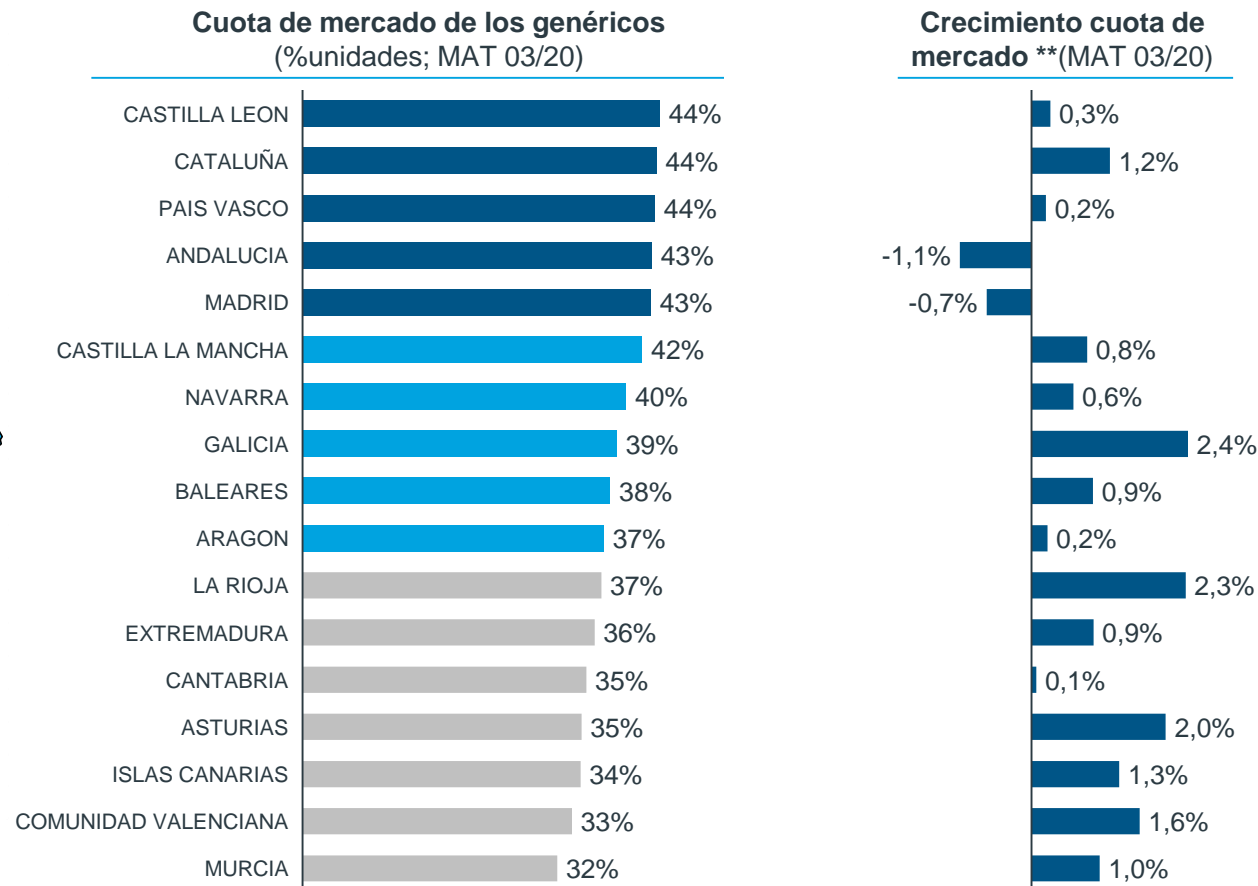
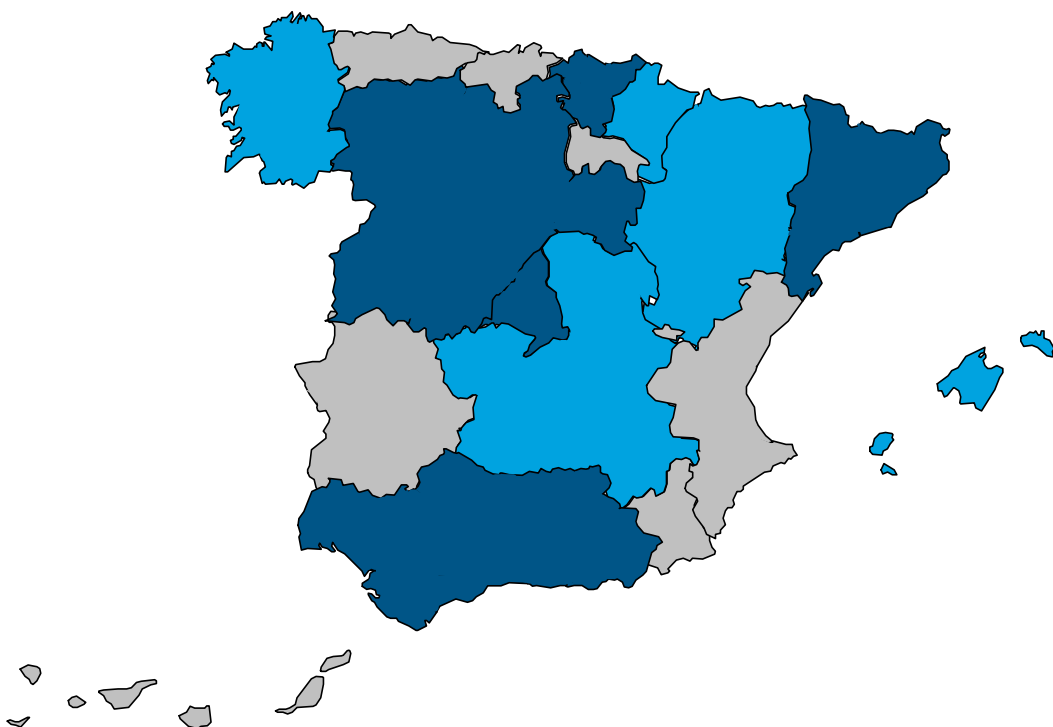


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

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

*Sin embargo, si analizamos el crecimiento de cuota de genéricos, observamos tendencias negativas en Andalucía y Madrid*



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

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

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



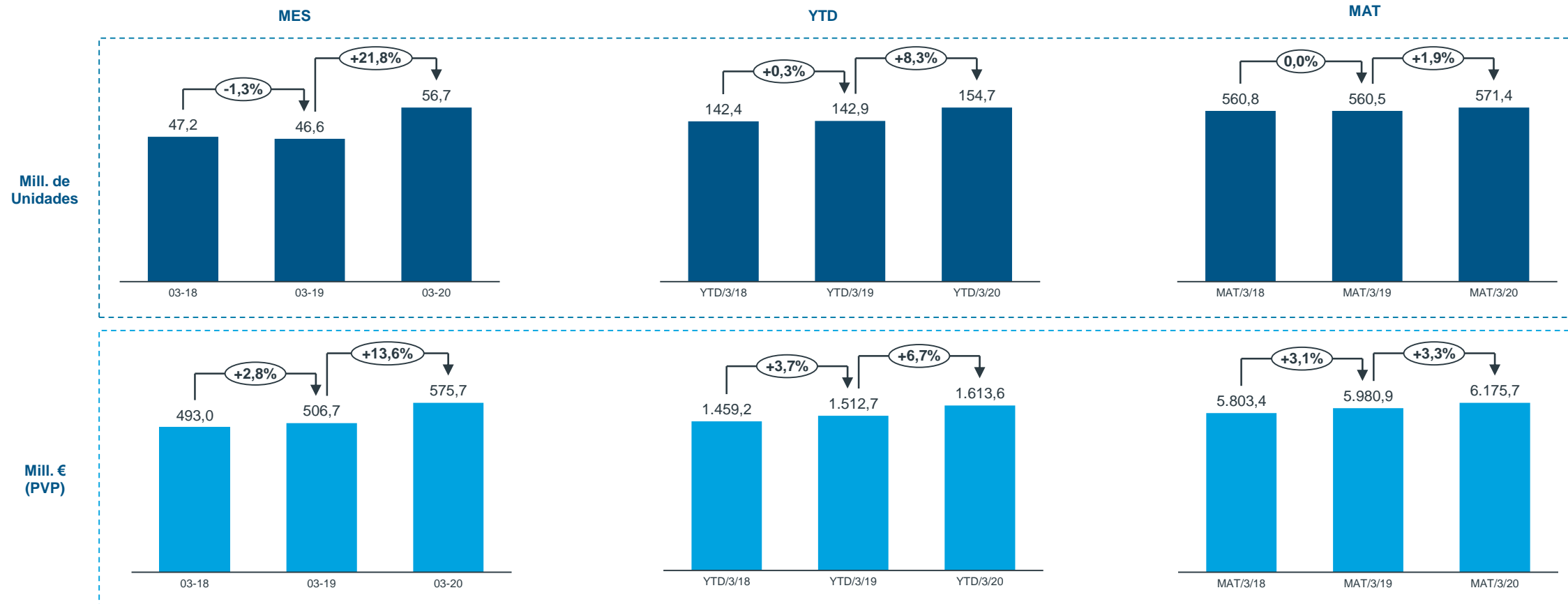
# Índice

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

# En el acumulado del año, Consumer Health crece tanto en volumen (+1,9%) como en valores (+3,3%)

*El mes de marzo crece tanto en valores como en unidades a doble dígito vs el mismo mes del año anterior*

## Mercado de Consumer Health

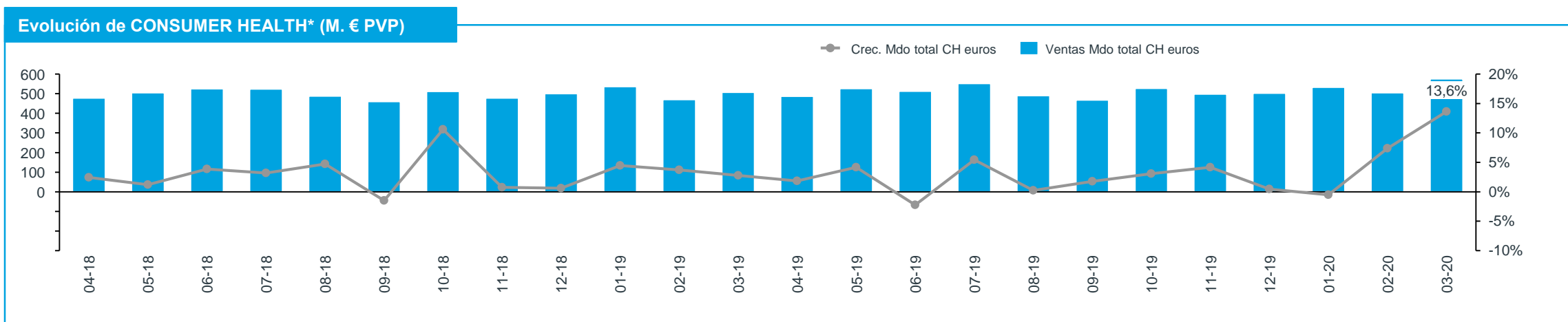
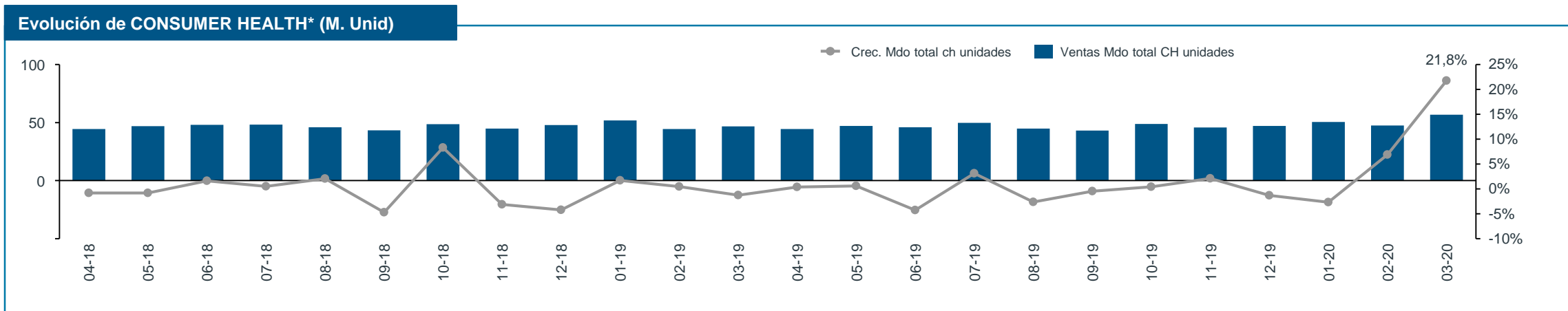


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# El mercado de Consumer Health crece en el mes de marzo un +13,6% en valores y un +21,8% en unidades respecto a marzo 2019



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

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

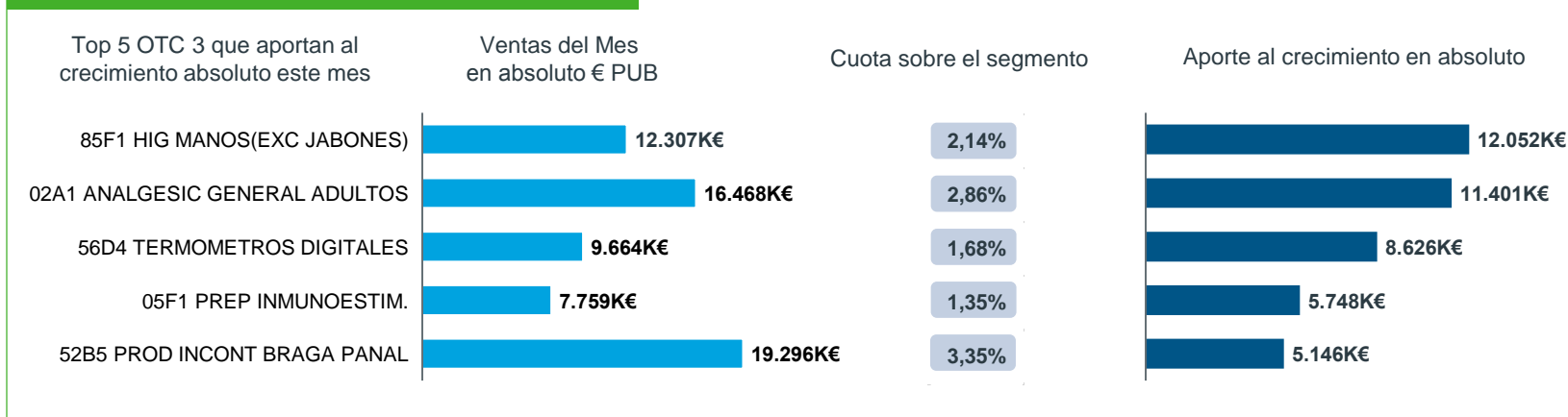
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# En marzo 4 de las 5 categorías con mayor aporte al crecimiento están relacionadas con el COVID-19

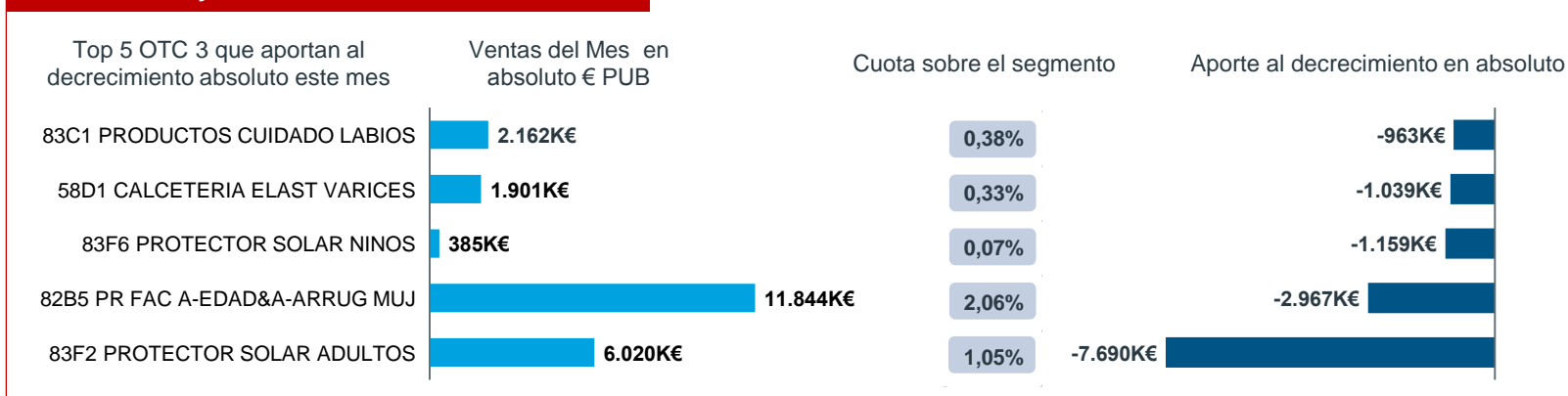
Por otro lado, decrecen los protectores solares para niños y adultos

## Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de **higiene de manos (excluyendo jabones)**, en esta clase se incluyen los **geles hidroalcohólicos**. Este crecimiento tan pronunciado viene promovido por las medidas de higiene tomadas para combatir el COVID-19.
- La segunda clase con más aporte al crecimiento es la de **analgésicos generales (+11,4M€)**, Gelocatil, Espididol, Dolostop y Termalgin concentran un ~70 % de este crecimiento.
- Destaca en tercer lugar los **termómetros digitales** (8,6M€) y seguidamente los preparados inmunoestimulantes.

## Clases con mayor decrecimiento este mes



- La clase que **más aporta al decrecimiento de CH** en el mes de marzo son **solares para adultos**, que decrecen (-7,7M€), podemos asociar esta caída al **confinamiento**. Solares para niños también decrece, -1,2M€.
- Decrecen también los **productos faciales antiedad-antiarrugas para la mujer** (-3M€) por un decrecimiento general de los principales productos. Podemos relacionar esta caída con la menor afluencia en la farmacia.

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

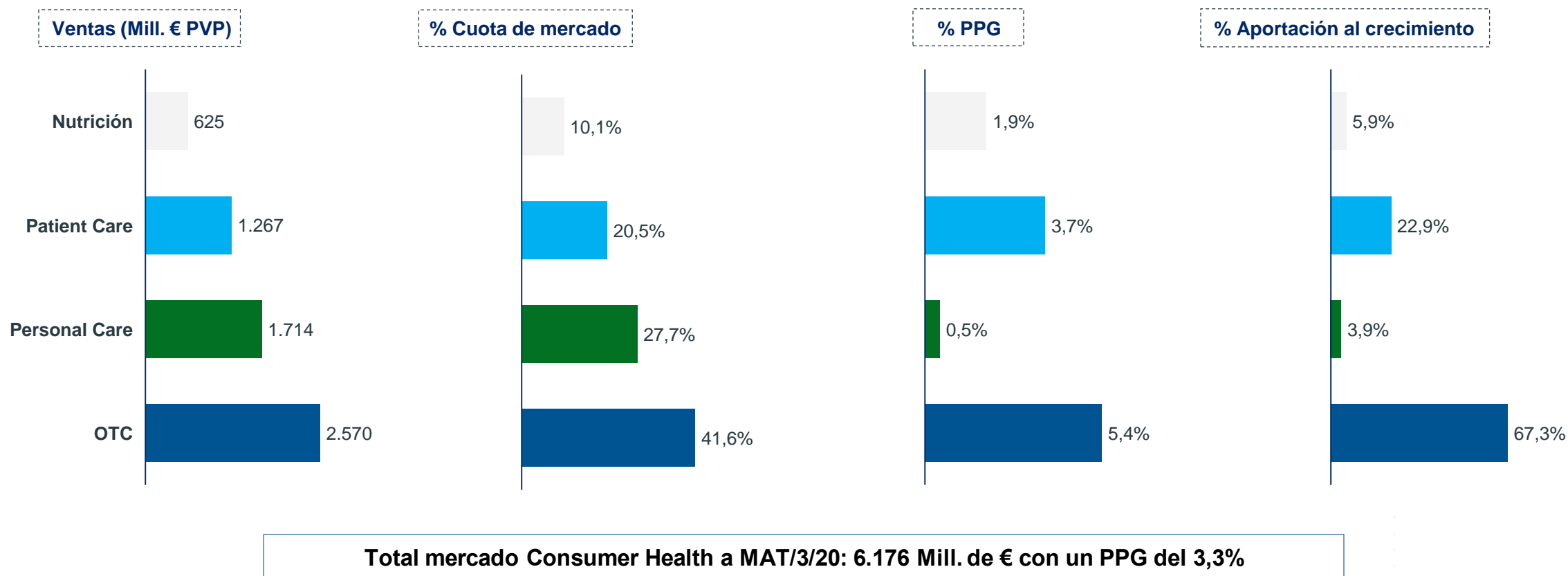
\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# El 67,3% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición confirma su tendencia positiva de los meses anteriores y consigue un crecimiento de +1,9%

Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 03/2020)



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

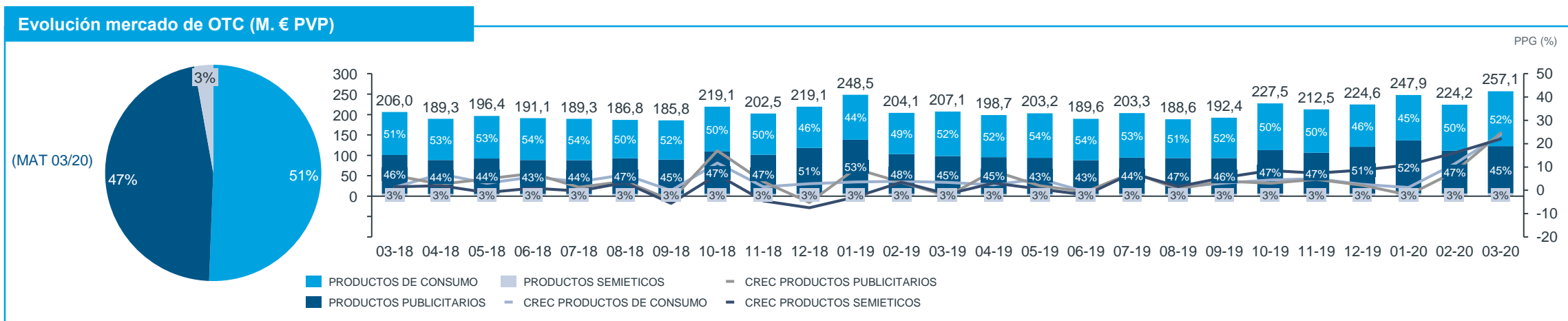
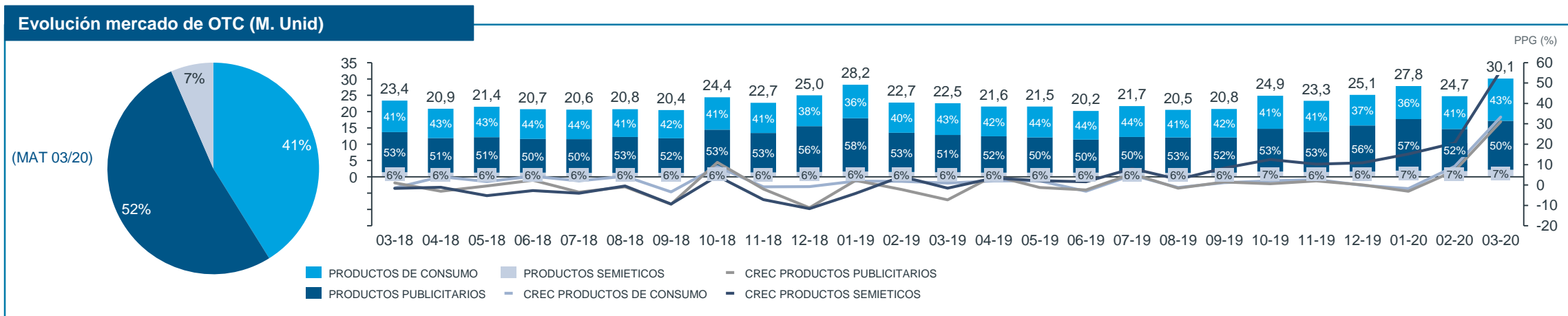
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



# Dentro de OTC, los productos publicitarios son los que presentan un mayor crecimiento en valores (+24,6%) para el mes de marzo 2020

Todos los subsegmentos de OTC muestran una evolución positiva en valores y unidades para el mes de marzo 2020



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

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

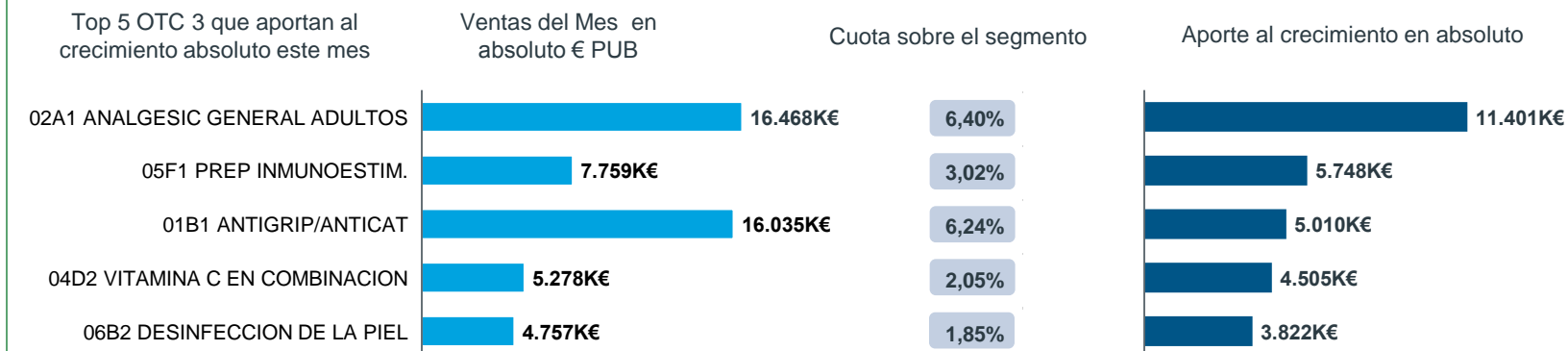
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

\*Previous Period Growth

# Los analgésicos generales para adultos aportan 11,4M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de marzo

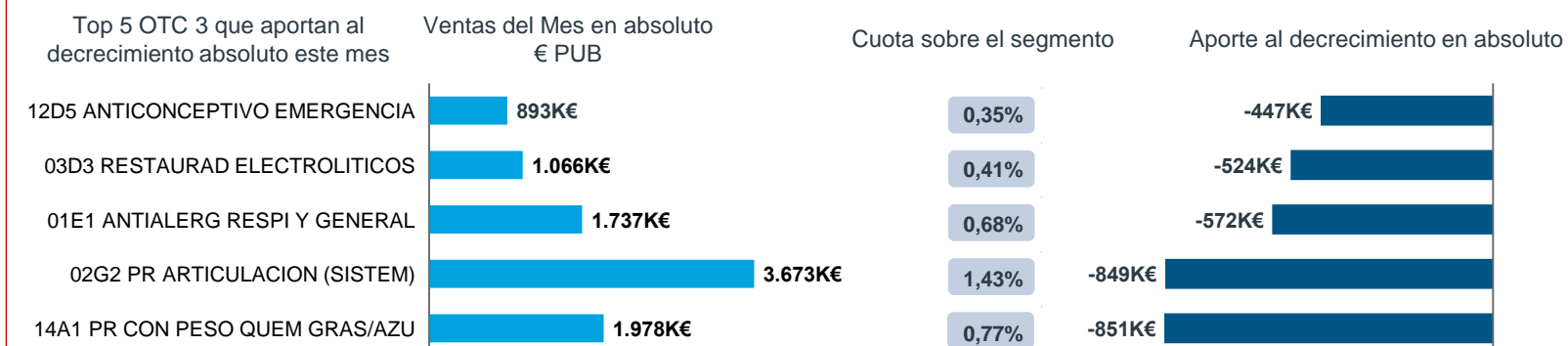
Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -3,2M€

## Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con mayor aporte al crecimiento este mes de marzo sigue siendo la de **analgésicos generales para adultos (+11,4M€)**.
- La segunda clase con mayor aporte al crecimiento es la de **preparados inmunoestimulantes (+5,7M€)** que podemos asociar junto con la **vitamina C(+4,5M€)** a la prevención del COVID-19.
- **Los productos para la desinfección de la piel (clorhexidinas) son la quinta categoría con mayor aporte al crecimiento.**

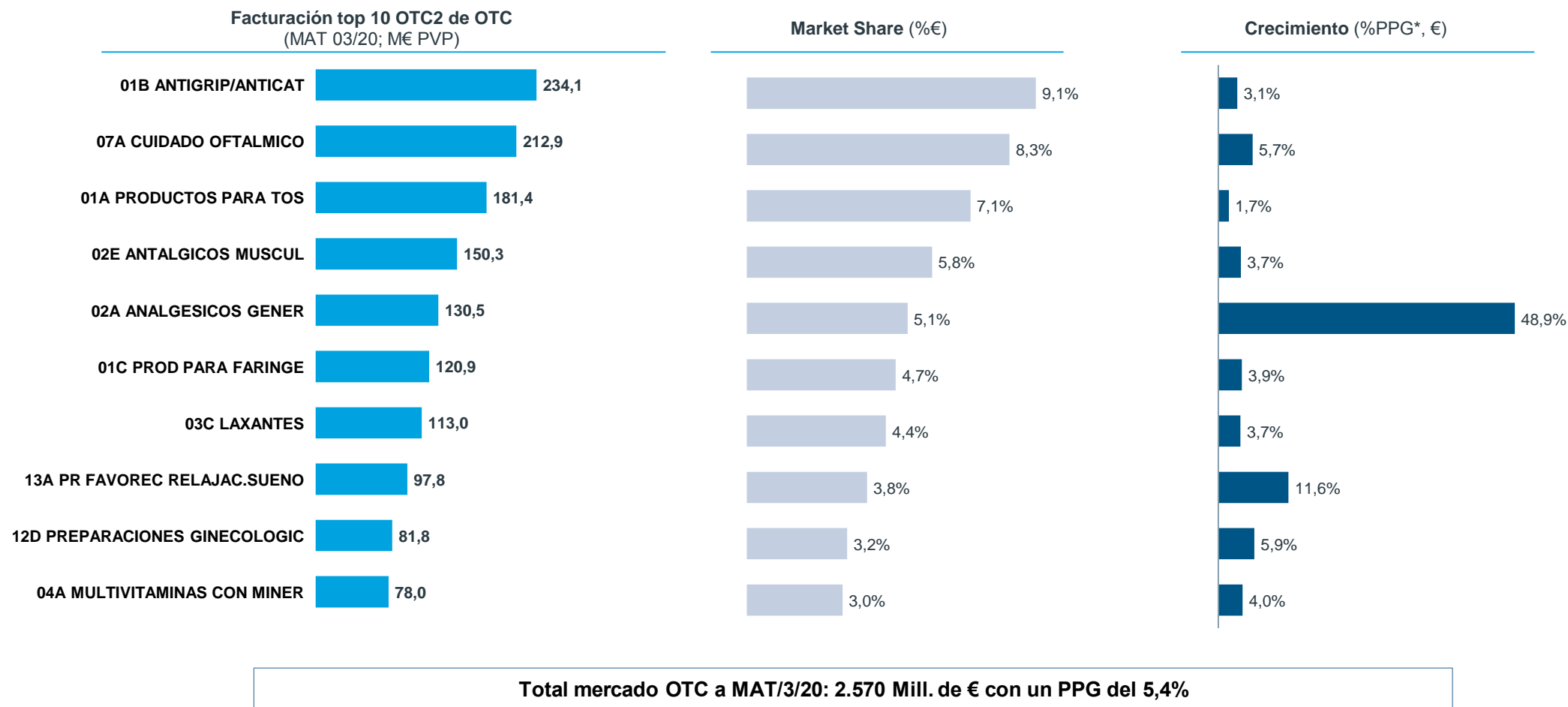
## Clases con mayor decrecimiento este mes



- Las clases que decrecen en el mes de marzo lo hacen **sin tener un gran impacto**, ya que las 5 que más decrecen acumulan -3,2M€ mientras que las 5 que más crecen acumulan 30,5M€.
- Una de las clases con mayor decrecimiento es la de **anticonceptivos de emergencia**, relacionada directamente con el confinamiento de la gente en casa.

# En los últimos 12 meses, las Top 10 OTC2 evolucionan positivamente en valores y analgésicos generales lo hace con un +48,9%

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



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

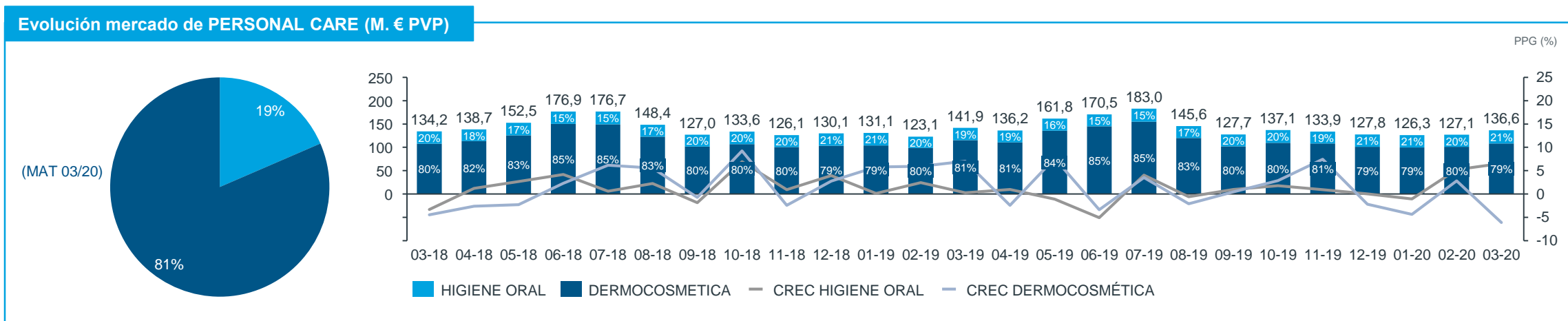
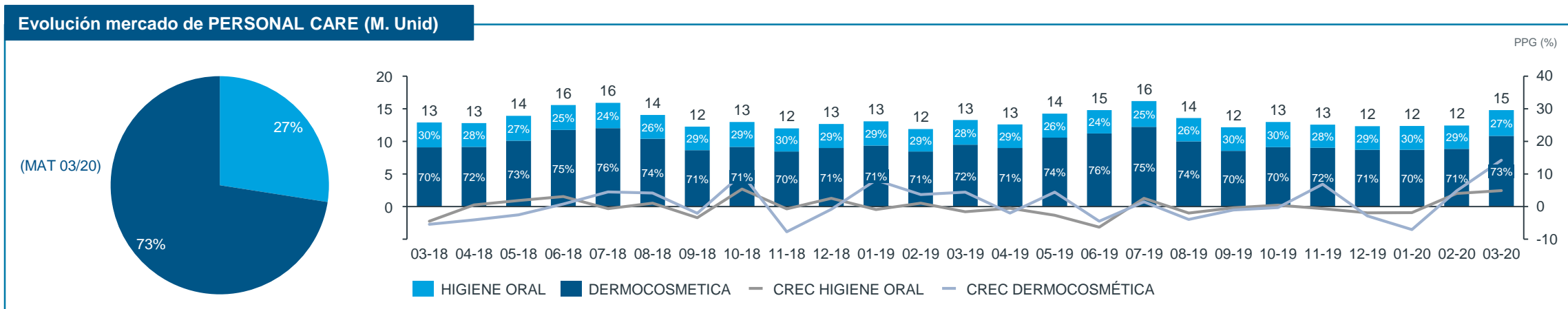
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth

# Cuidado Personal muestra una tendencia positiva en unidades (+11,6%) aunque decrece para valores (-3,7%) en el mes de marzo

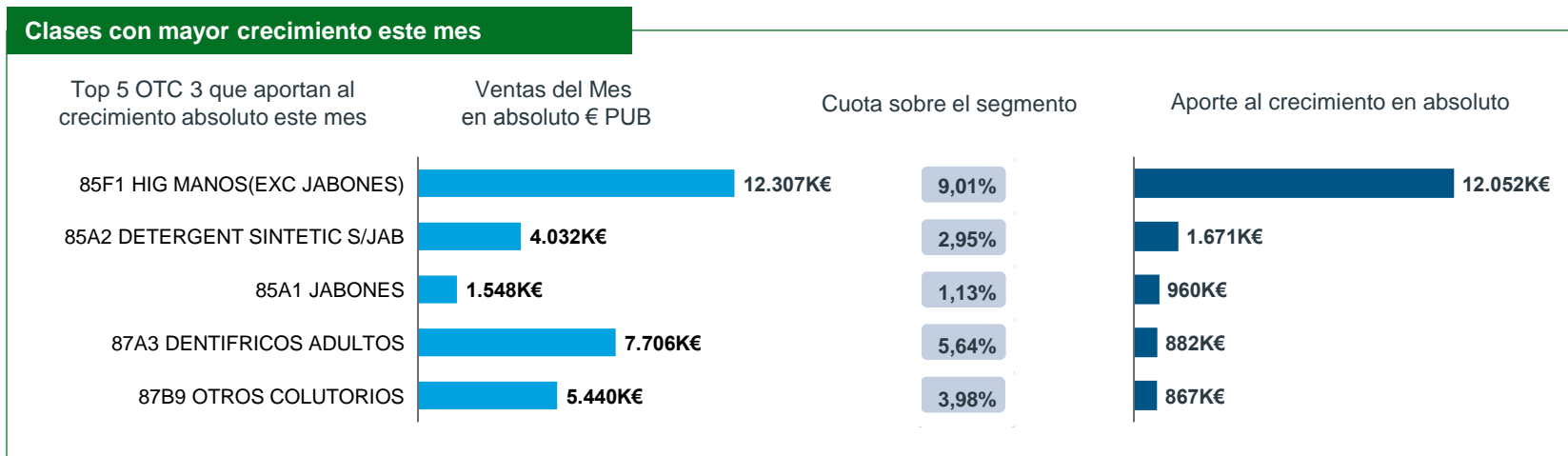
Tanto el segmento de higiene oral como el de dermocosmética muestran crecimientos en unidades en el mes de marzo, sin embargo, en valores, dermocosmética decrece (-6,1%) e higiene oral crece (+6,6%)



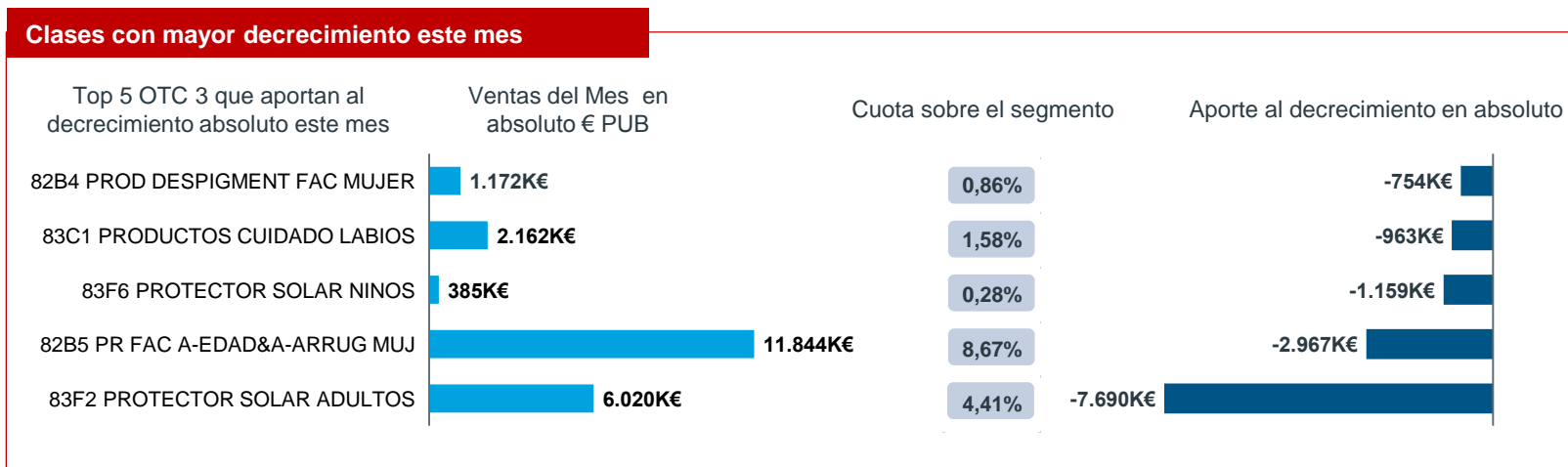
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

# La clase de productos de higiene de manos (excluyendo jabones) aporta 12,1M€ al crecimiento del segmento PEC este mes de marzo

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



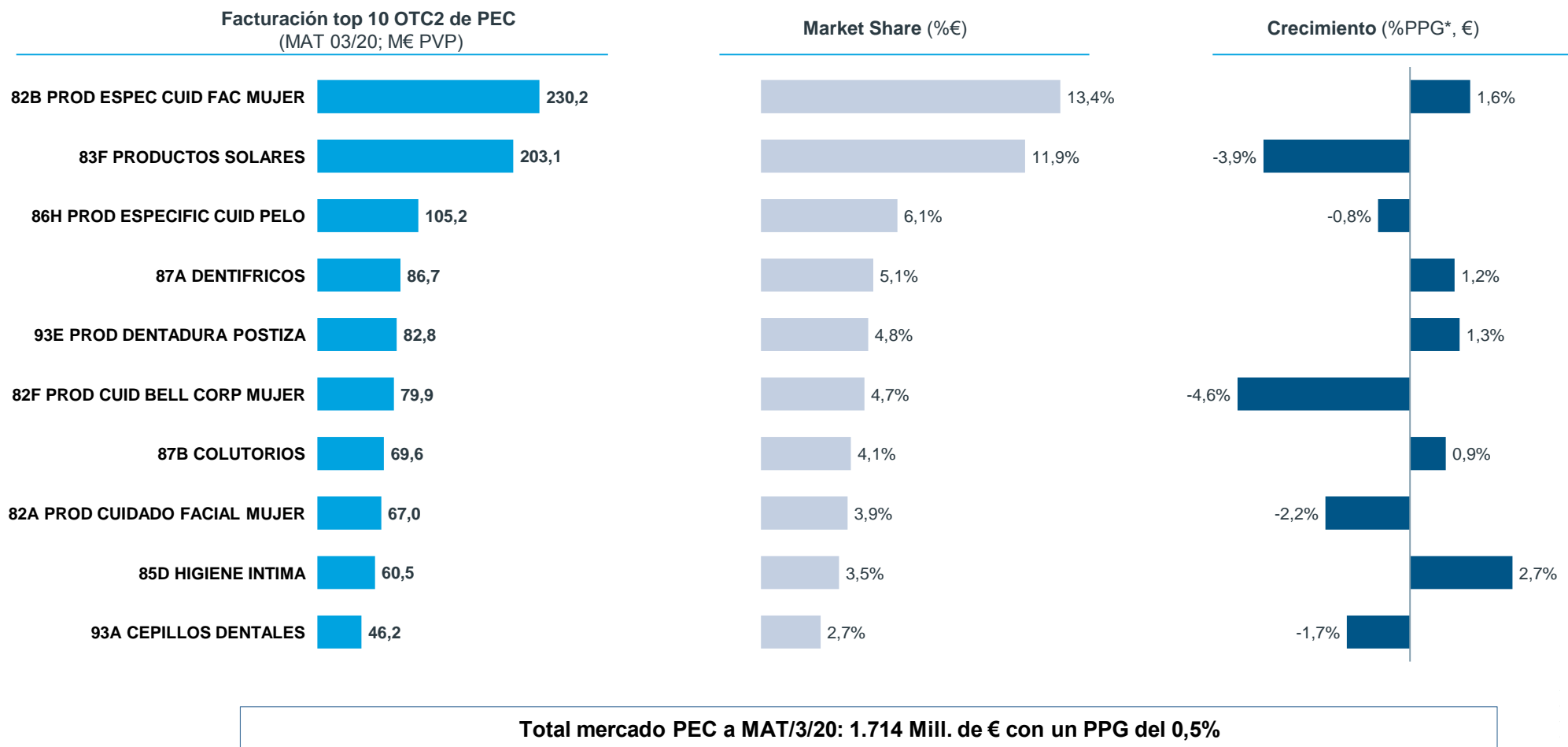
- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de higiene de manos (excluyendo jabones), que crece +12M€, en esta clase se incluyen los geles hidroalcohólicos. Este crecimiento tan pronunciado viene promovido por las medidas de higiene tomadas para combatir el COVID-19.
- Además, dicha situación también conlleva al crecimiento de detergentes sin jabón y jabones.



- La clase que más aporta al decrecimiento de CH en el mes de marzo son solares para adultos, que decrecen (-7,7M€), podemos asociar esta caída al confinamiento. Solares para niños también decrece, -1,2M€.
- Decrecen también los productos faciales antiedad-antiarrugas para la mujer (-3M€) por un decrecimiento general de los principales productos. Podemos relacionar esta caída con la menor afluencia en la farmacia.

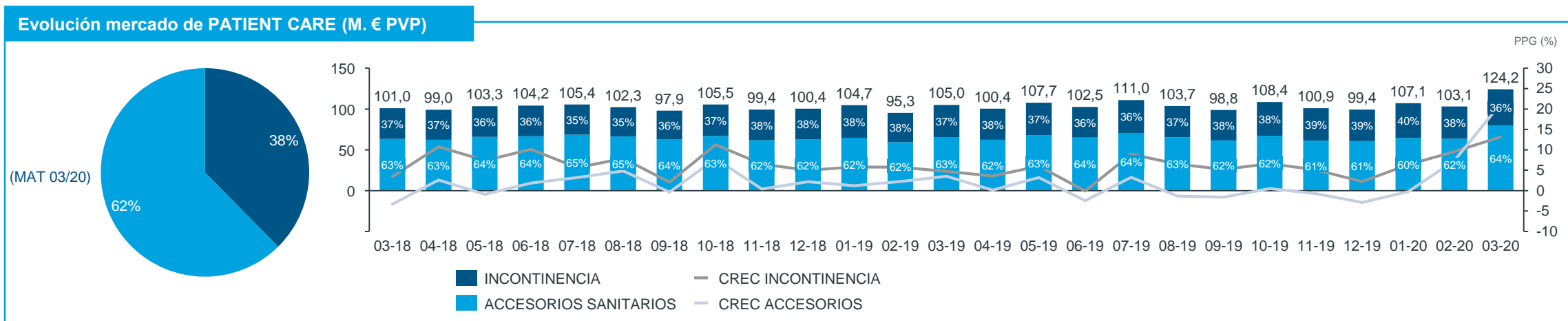
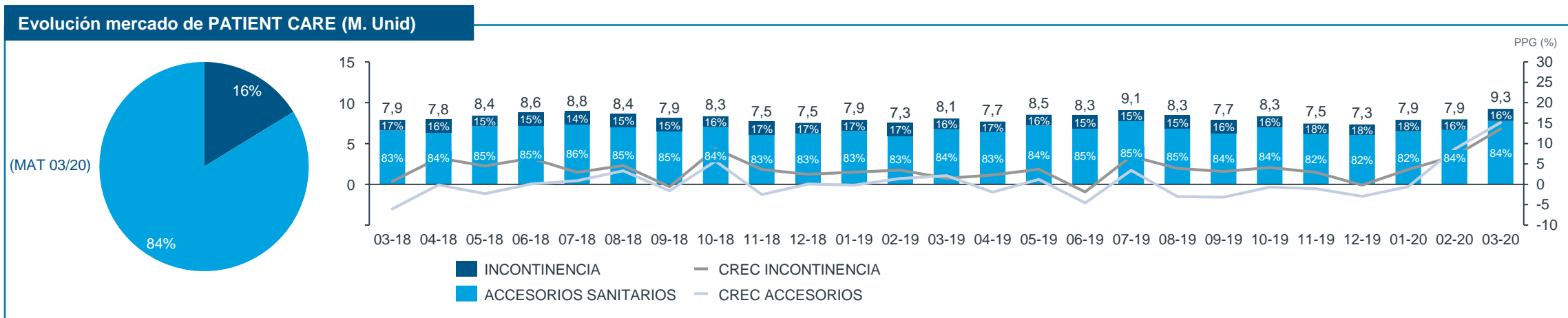
# En los 12 últimos meses, 5 del top 10 clases de PEC crecen, siendo los productos de higiene íntima los de mejor evolución

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



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 \*Previous Period Growth

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

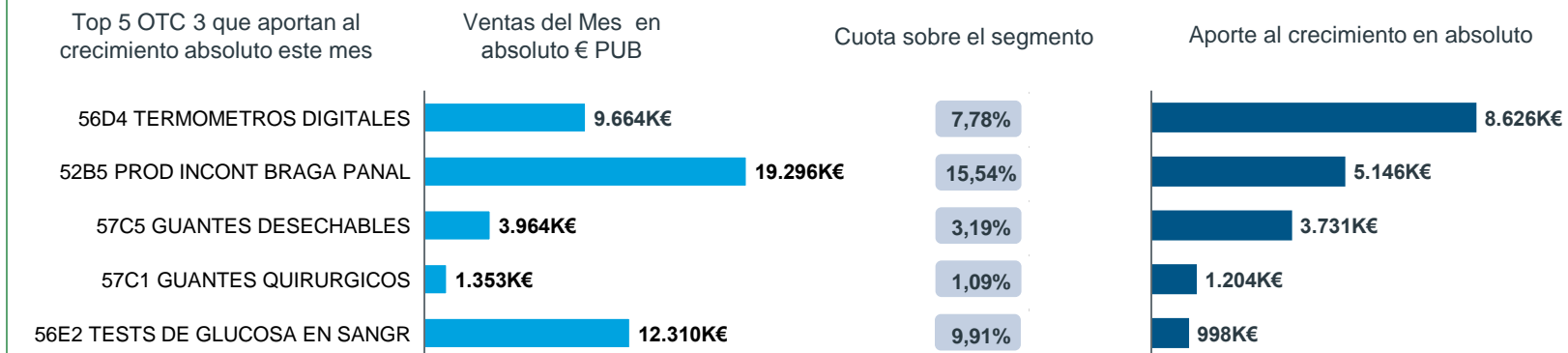


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

# En el mes de marzo, los termómetros digitales son la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC

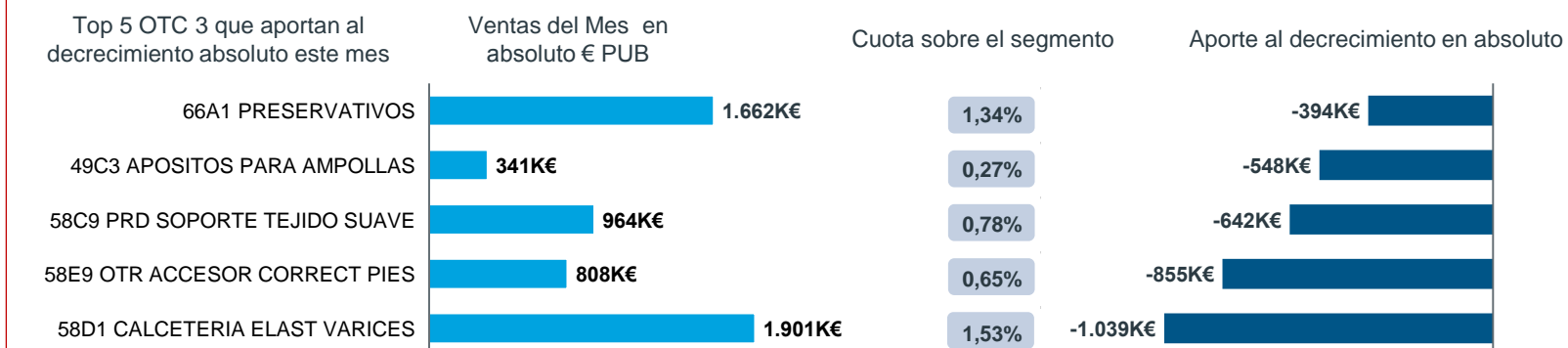
Los productos de calcetería elástica para varices decrecen cerca de 1,0M€

## Clases con mayor crecimiento este mes



- En el mes de marzo los termómetros digitales aportan 8,6M€. Este incremento de ventas se explica por la situación COVID-19.
- Siguiendo la misma tendencia que los últimos meses, destaca el crecimiento de **Braga Pañal, creciendo 5,1M€, ahora financiada.**
- Crecen también los guantes, que se han vendido en la farmacia como medida preventiva para el COVID-19.

## Clases con mayor decrecimiento este mes

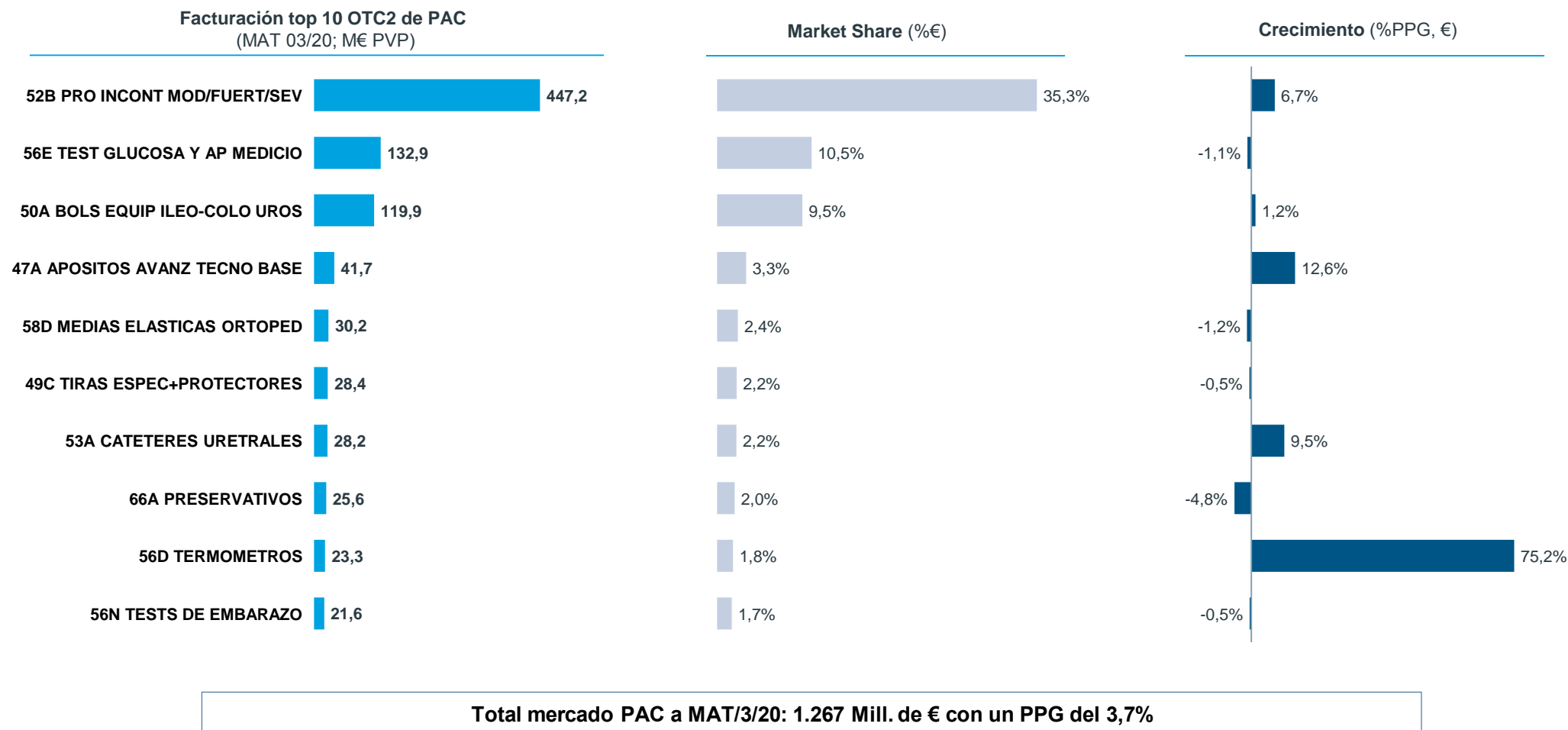


- Las categorías con menos aporte al crecimiento acumulan 3,5M€.
- La clase con mayor aporte al decrecimiento es la de calcetería elástica para varices, que decrece -1M€.



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

Se observa también en el acumulado el impacto de las venta en termómetros durante el mes de marzo



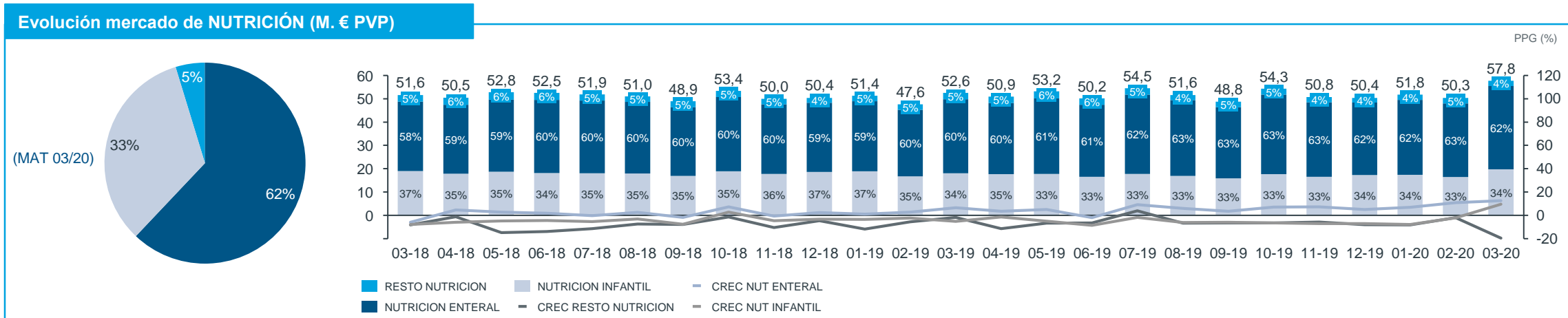
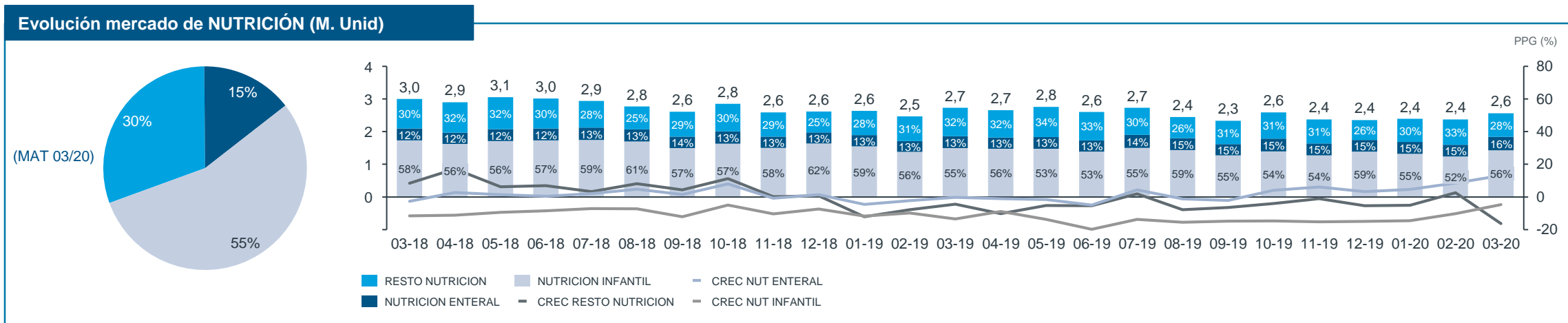
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth

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

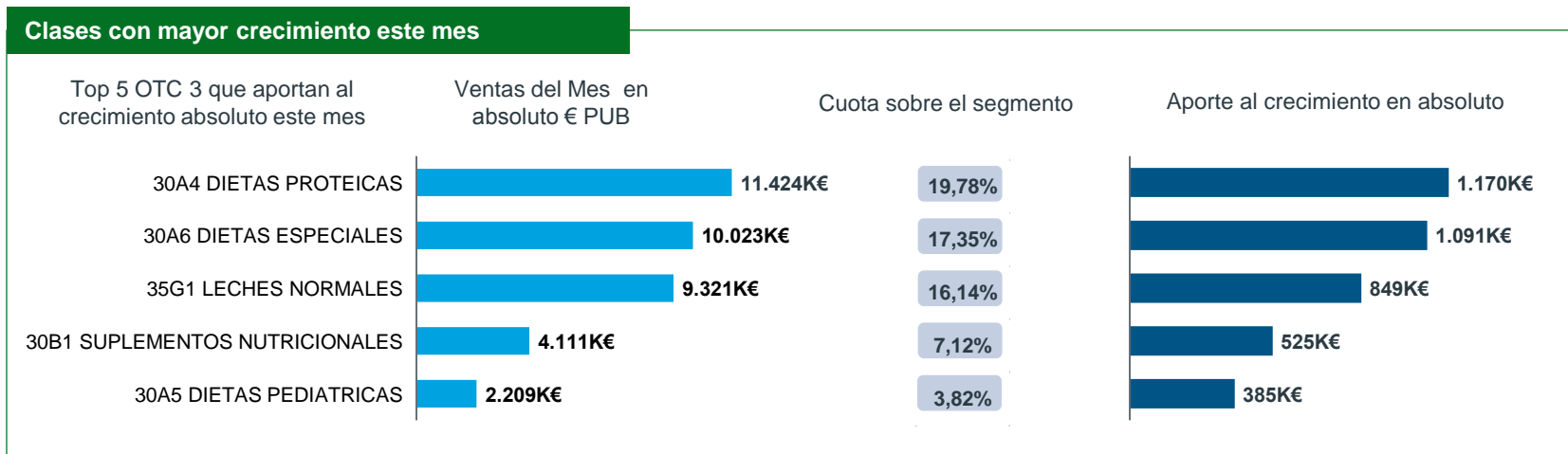
*Siguiendo la misma tendencia que en el acumulado, en marzo 2020 nutrición enteral crece un +12,5%; nutrición infantil crece un +9,4% en valores; mientras que resto de nutrición decrece -9,8% en valores*



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

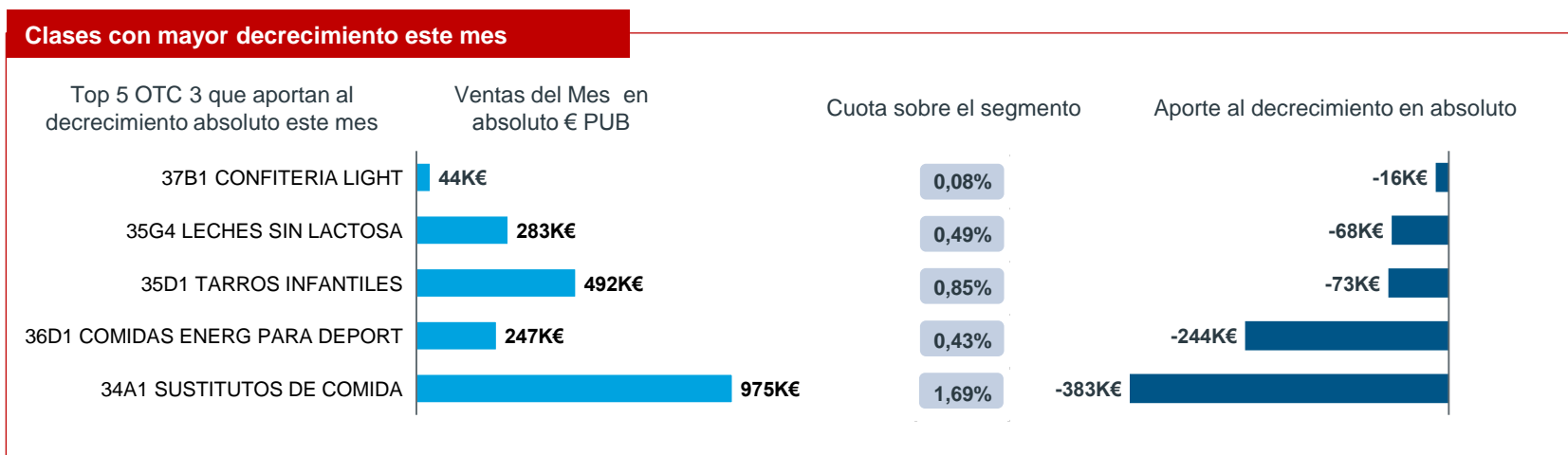
# En marzo, 3 de las clases con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral

*Decrecen los sustitutivos de comida, así como tarros infantiles y leches sin lactosa entre otras*



- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~2,7M€** en el mes de marzo.

- Las clase de **leches normales, que decrecía en el mes de febrero**, crece en el mes de marzo 849k€. Es un mercado muy concentrado en el que los top 5 laboratorios concentran ~90%

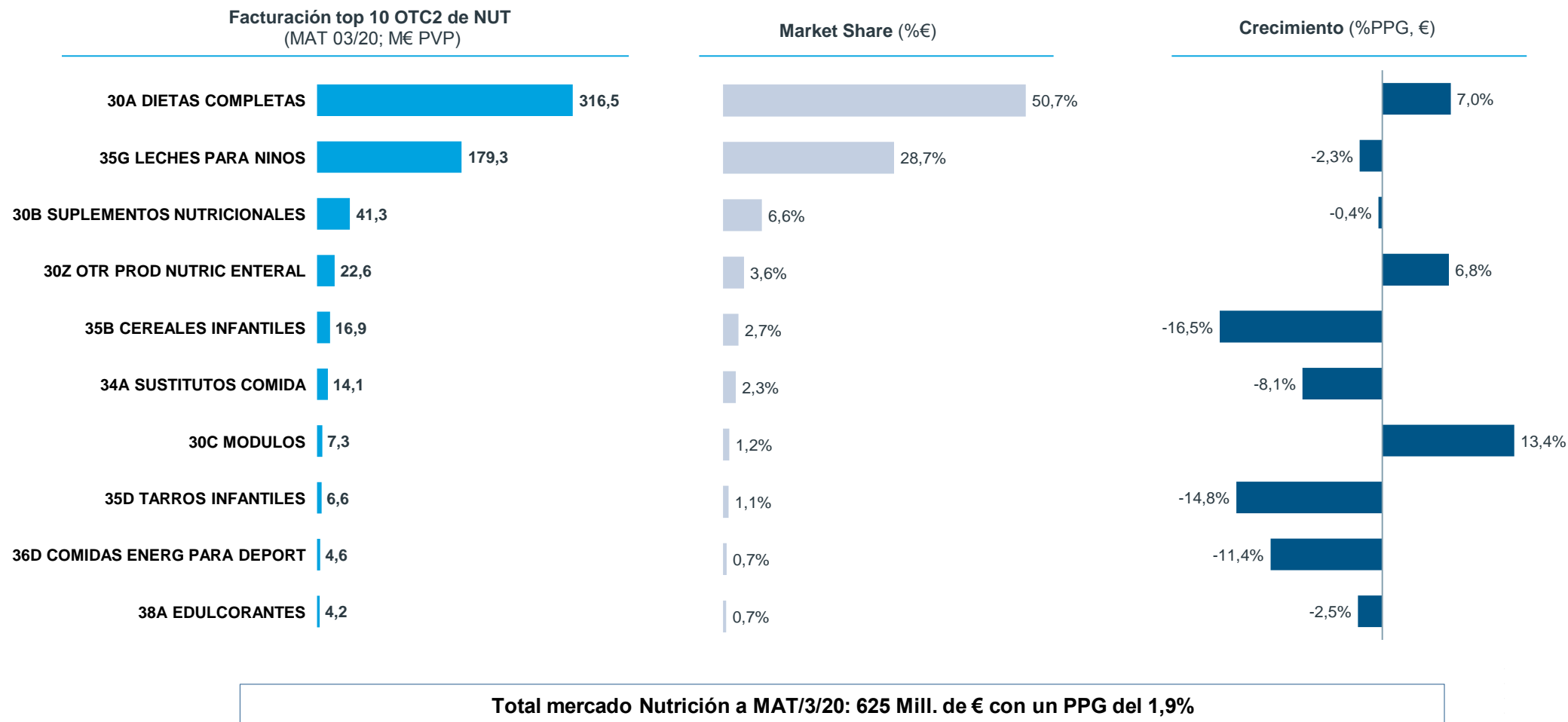


- Las clases que decrecen en el mes de marzo lo hacen **sin tener un gran impacto**, ya que las 5 clases con evolución más negativa acumulan **menos de 1M€**, mientras que las 5 que más crecen acumulan 4M€.

- La clase que más decrece es la de **sustitutos de comida**, y le siguen as **comidas energéticas para el deporte**. Podemos relacionar la caída de estas dos categorías por la situación excepcional que estamos viviendo.

# El mercado de nutrición revierte su tendencia negativa, siendo la categoría de módulos la que más crece (+13,4%, +0,9M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (50,7%) y un crecimiento 7,0%



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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth

# Evolución del Mercado de la farmacia Española

*Actualización datos de marzo 2020*

Abril 2020