

Evolución del Mercado de la farmacia Española

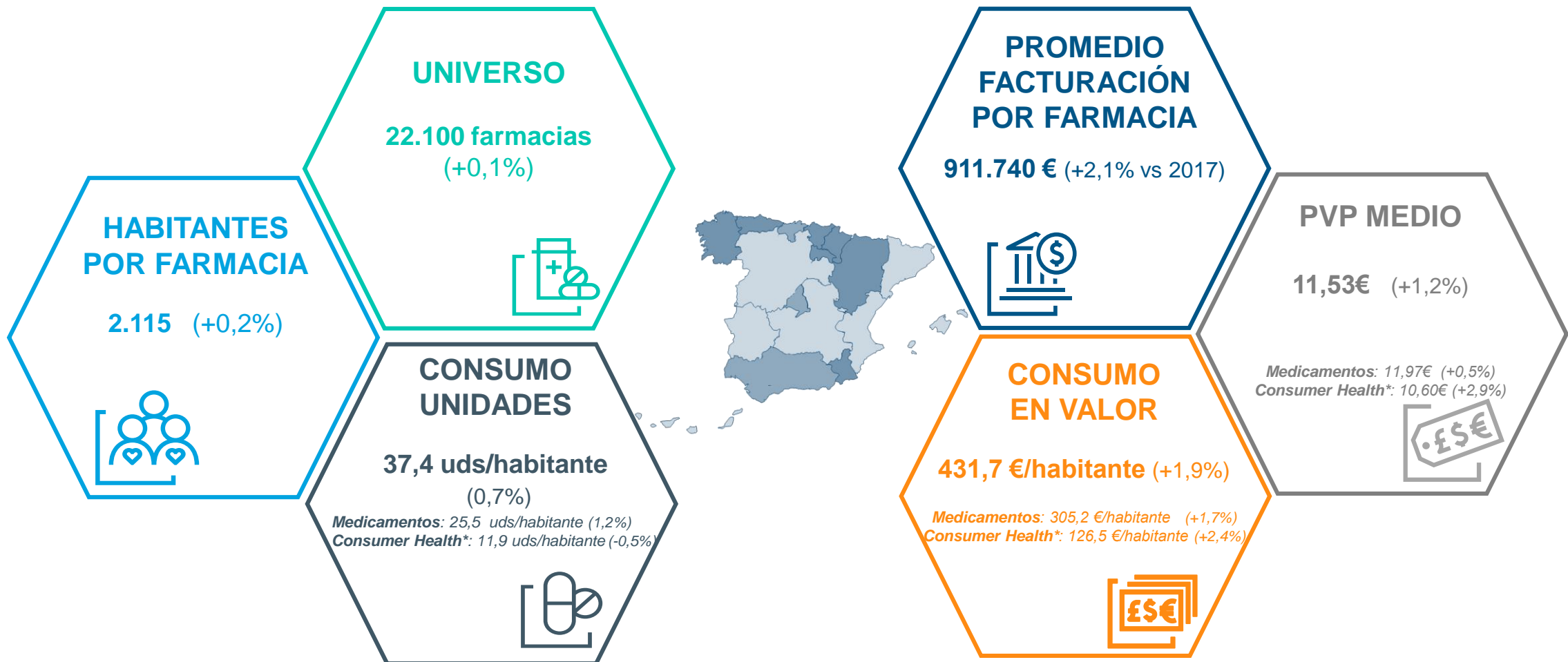
Actualización datos de abril 2019

Mayo 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
 - + Análisis del mercado “Operación Verano”

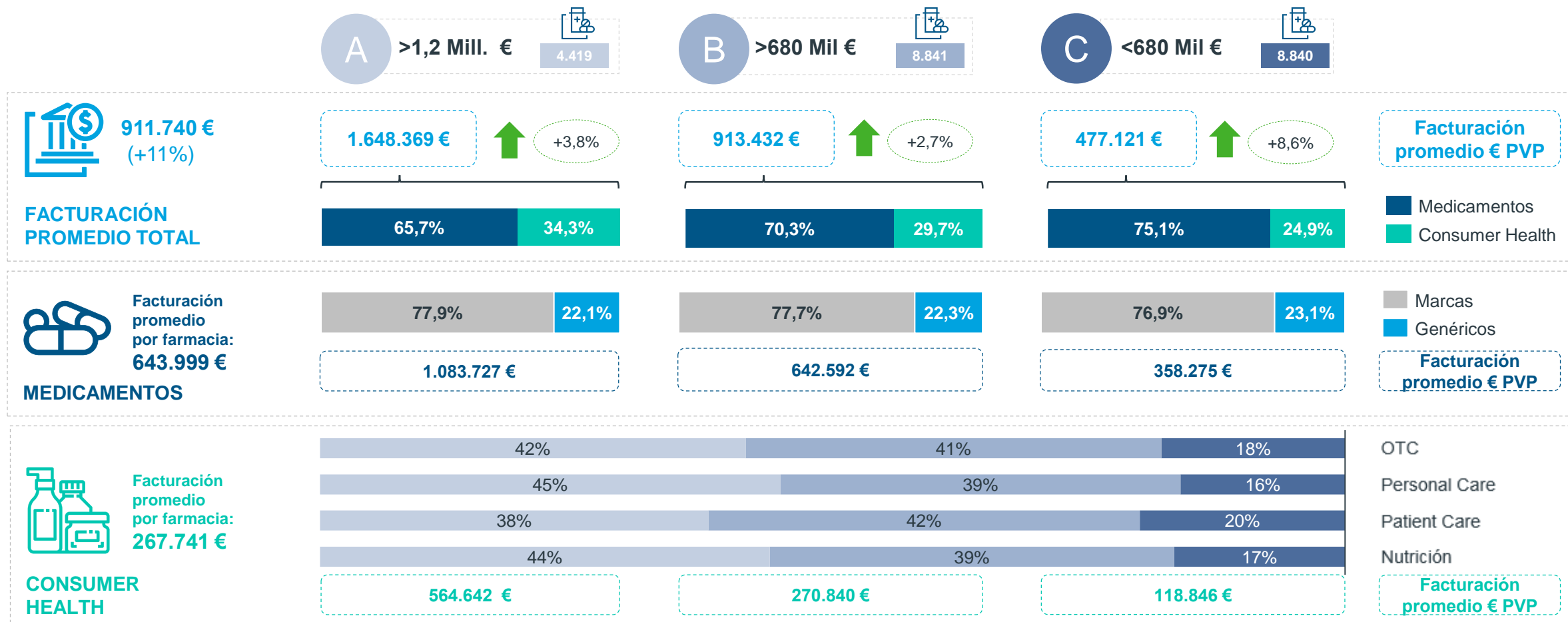
España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

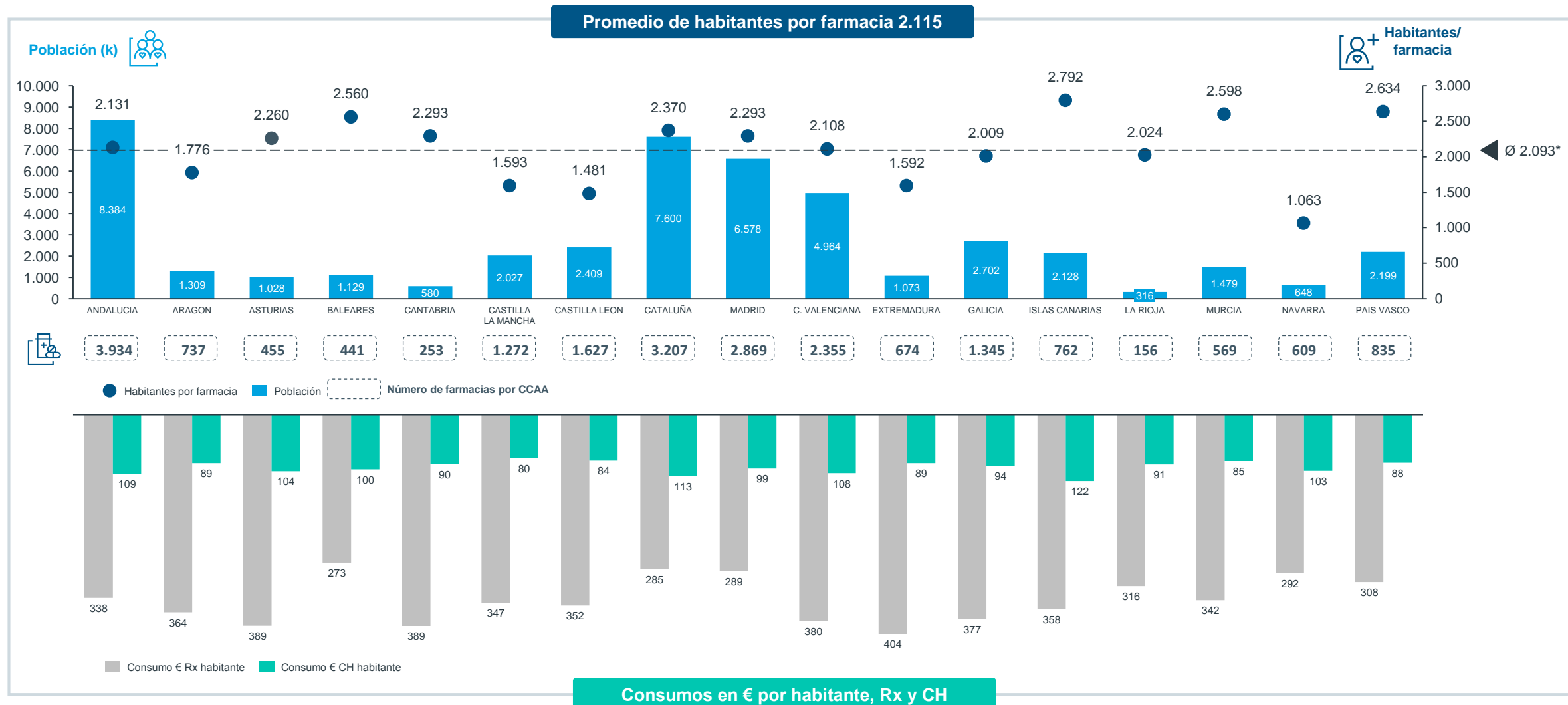
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

La facturación del mercado de medicamentos desciende en las farmacias de alto potencial y se mantiene en las de bajo potencial en la comparativa de los últimos 4 años



Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 *% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2018

Navarra es la CCAA con menos habitantes por farmacia (1.063) mientras que Canarias agrupa el mayor número de habitantes por farmacia (2.792)



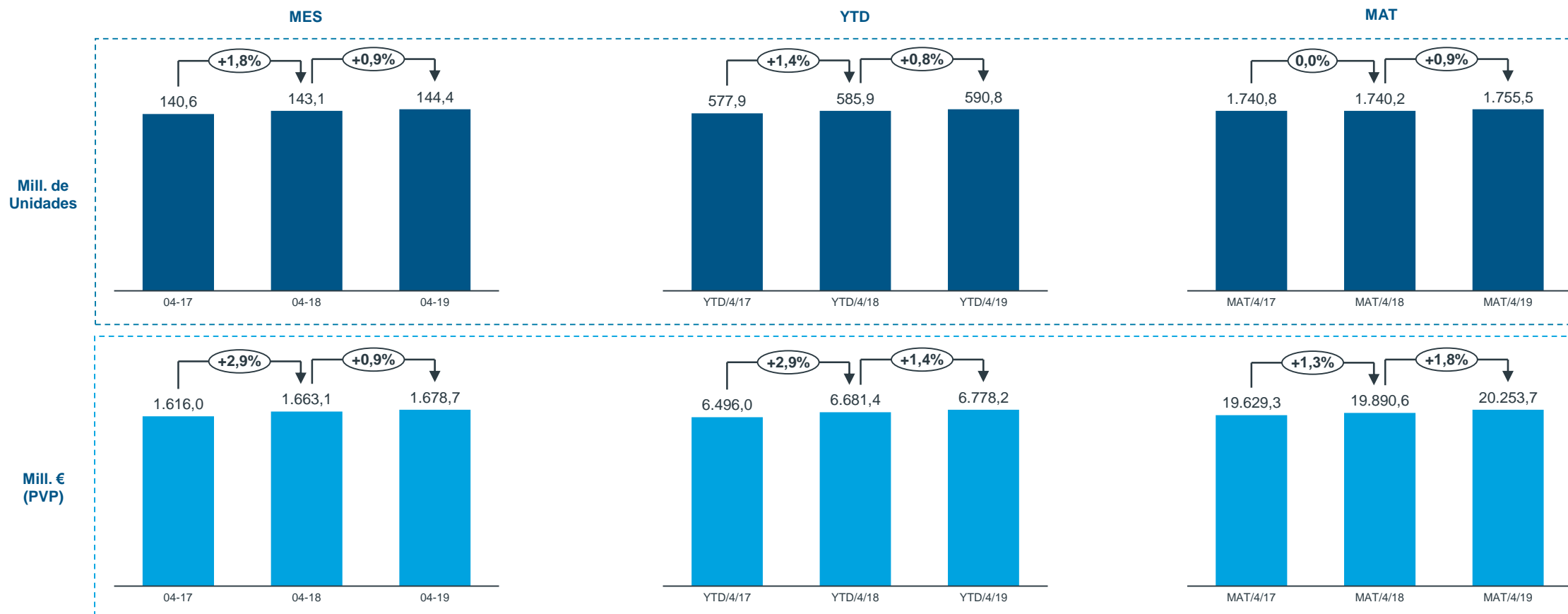
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
 *El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

Índice

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

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

Total mercado farmacéutico

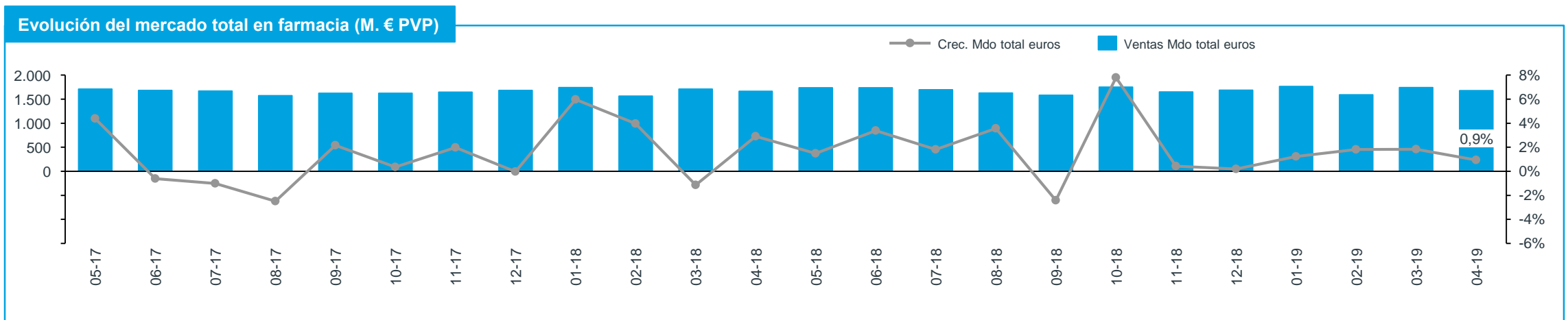
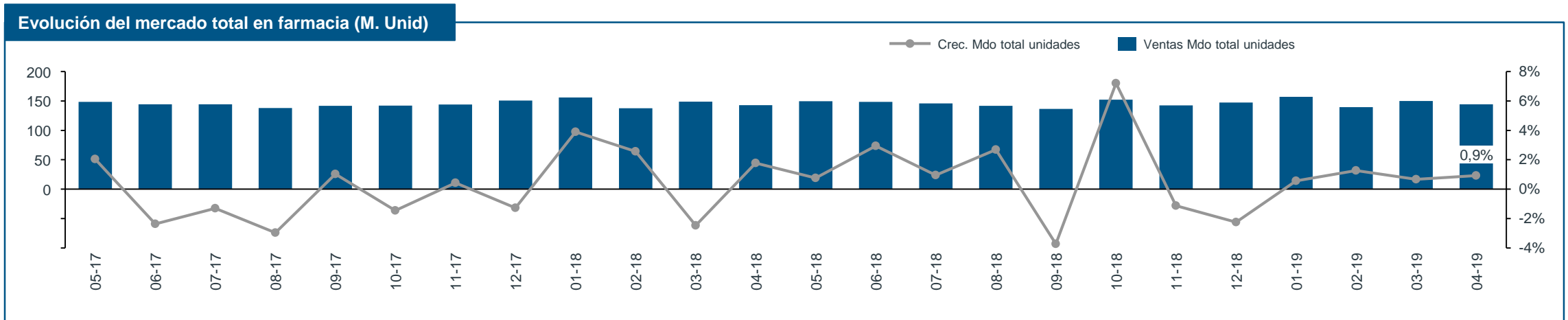


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

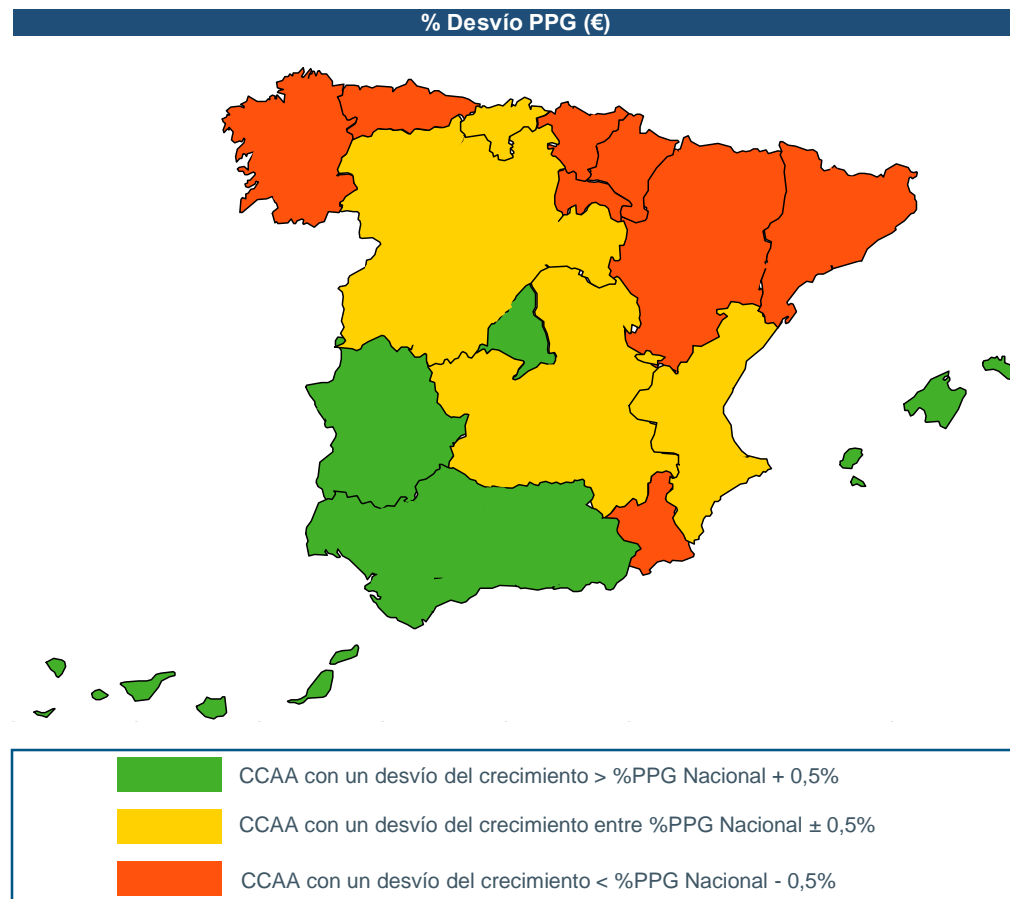
En abril, el mercado crece tanto en unidades (+0,9%) como en valores (+0,9%)



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

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



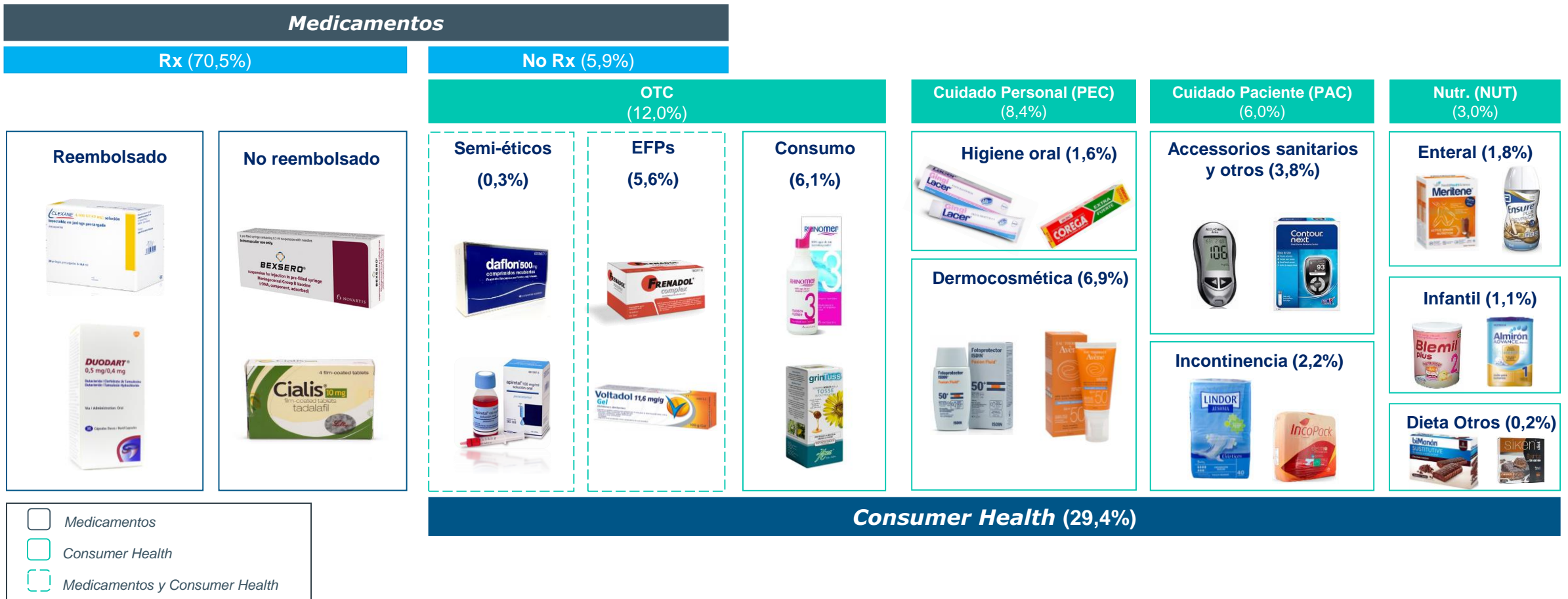
MAT/4/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
ANDALUCIA	3,3%	33,0%
BALEARES	2,8%	3,2%
MADRID	2,6%	18,1%
ISLAS CANARIAS	2,4%	6,6%
EXTREMADURA	2,3%	3,3%
CASTILLA LA MANCHA	2,2%	5,1%
CANTABRIA	2,1%	1,6%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,1%	13,5%
CASTILLA LEON	1,8%	5,2%
CATALUÑA	1,3%	10,7%
ARAGON	0,6%	1,0%
GALICIA	0,5%	1,9%
PAIS VASCO	-0,1%	-0,2%
LA RIOJA	-0,3%	-0,1%
MURCIA	-0,6%	-1,1%
ASTURIAS	-0,7%	-1,0%
NAVARRA	-0,9%	-0,7%
TOTAL NACIONAL	1,8%	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
 - + Análisis del mercado “Operación Verano”

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 03/2019 sobre el mercado farmacéutico total
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 03/2019
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

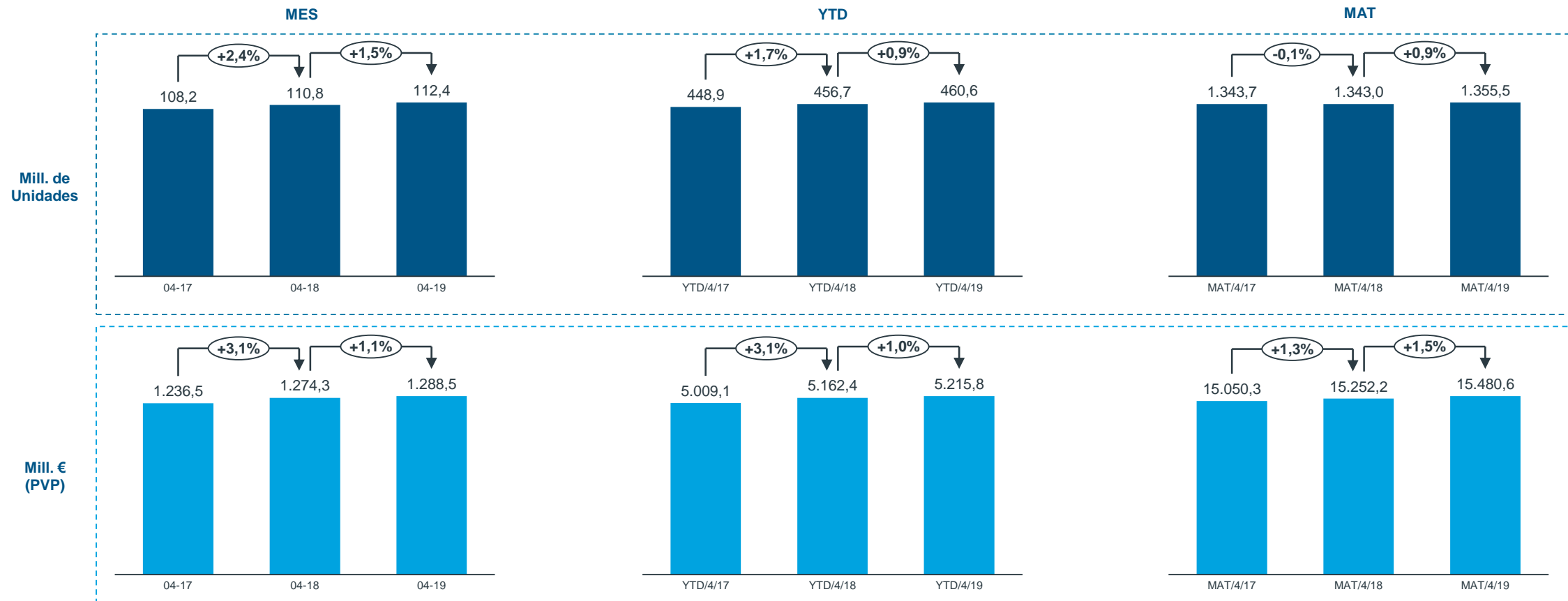
Índice

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

El mercado de medicamentos muestra crecimientos positivos en todos los periodos, 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



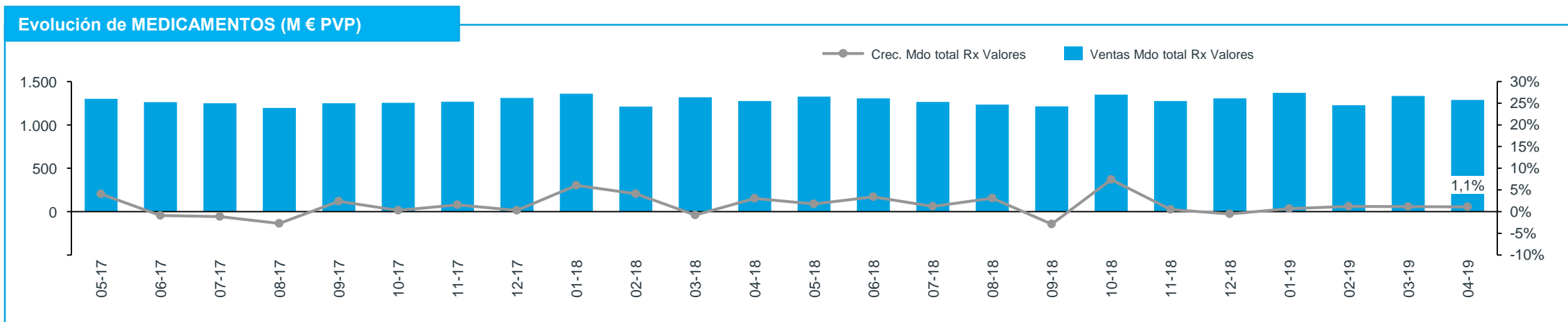
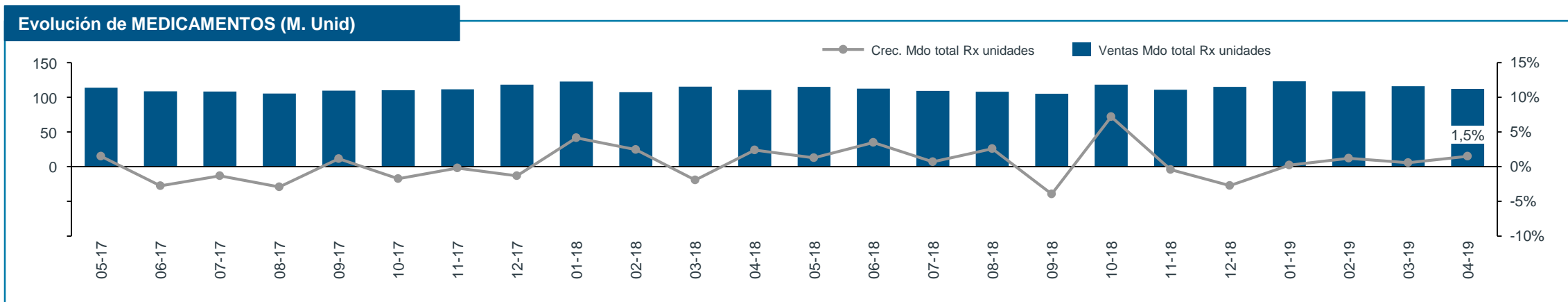
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

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

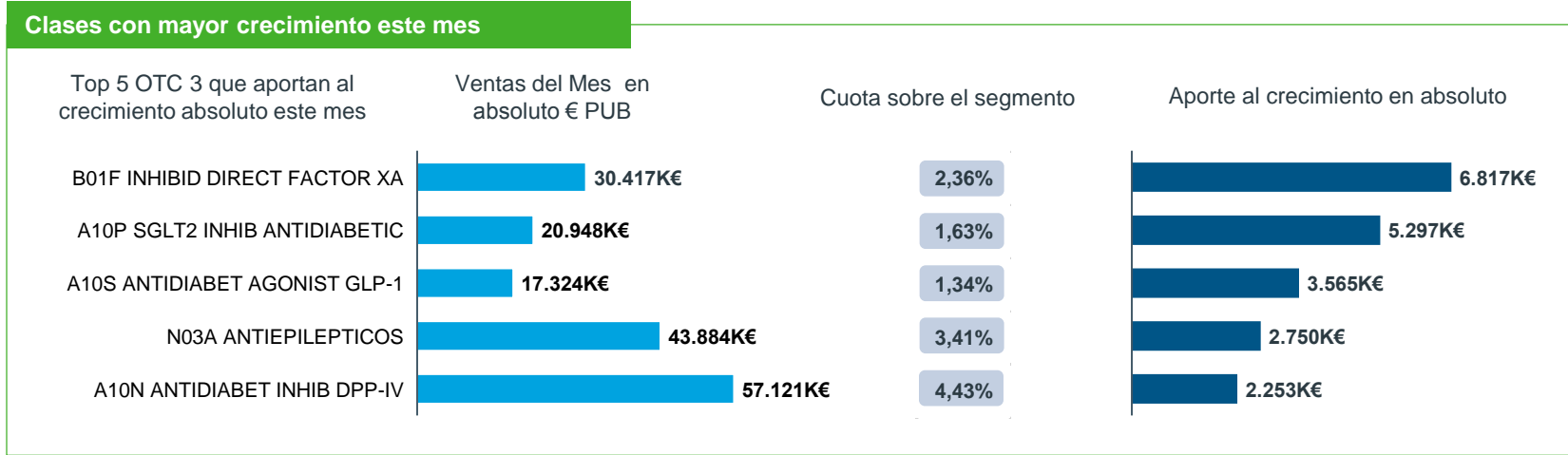
El mercado mantiene la evolución positiva de comienzos de año



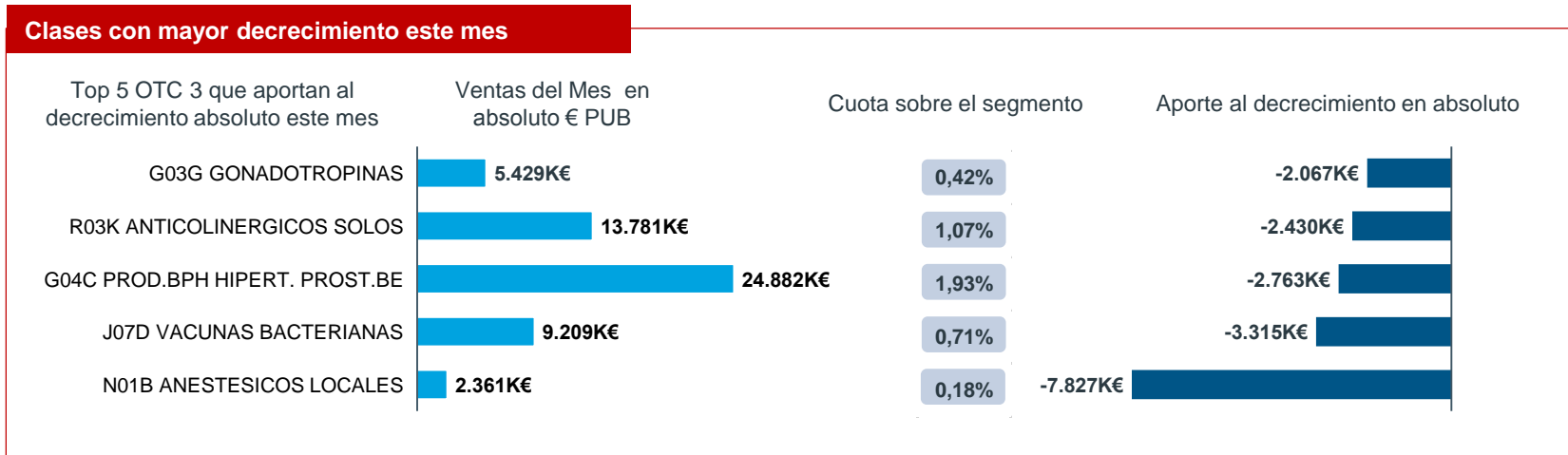
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los NACOs de tipo ‘xaban’ (clase B01F) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de abril, creciendo 6,8M€

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



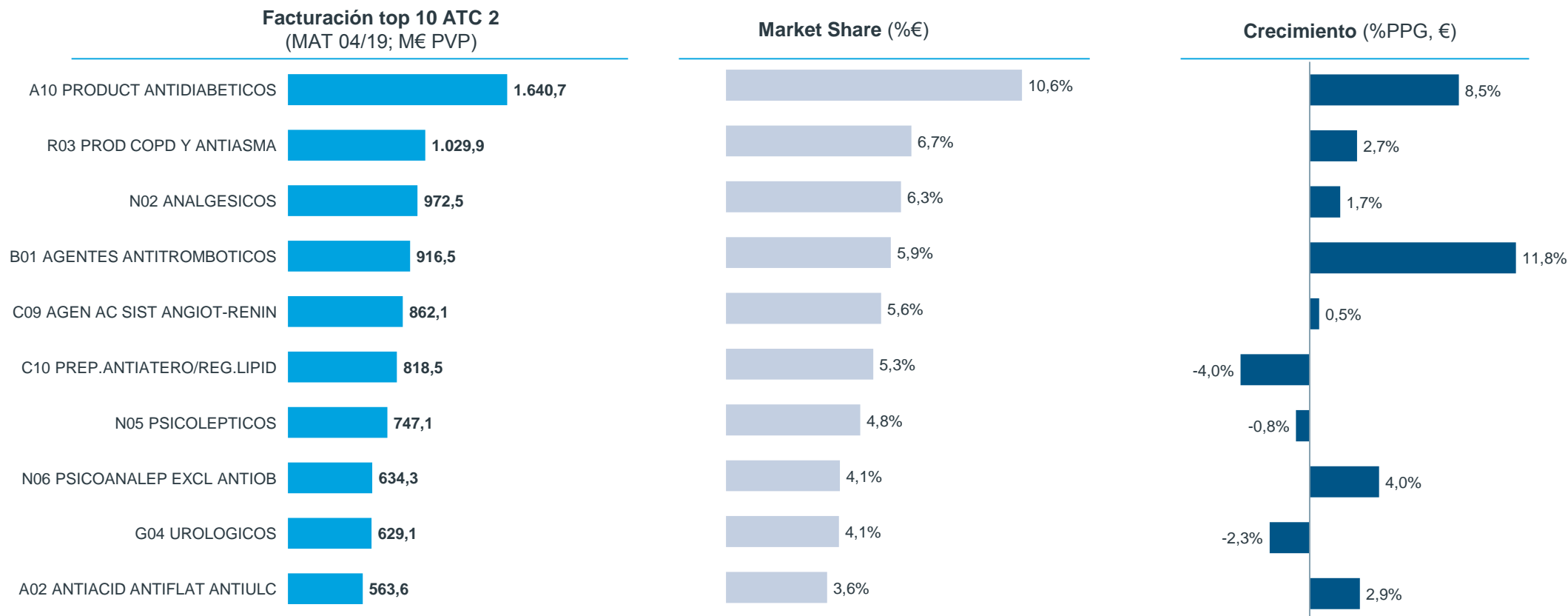
- Los **NACOs crecen 6,2M€**, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 3,05M€, seguido de Lixiana (2,1M€) y Xarelto (1,7M€).
- La **segunda clase con mayor aporte al crecimiento son los Antidiabéticos** inhibidores SGLT2 , su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Jardiance y Synjardy.
- La tercera clase que más aporta al crecimiento también son antidiabéticos: **Agonistas GLP-1** destacando en el aporte al crecimiento Trulicity y Victoza.



- **Los anestésicos locales es la clase que más contribuye al decrecimiento** en Abril, esta cifra negativa viene promovida por el producto Versatis (-7,7M€).
- La **segunda clase que más contribuye a al decrecimiento es Vacunas antibacterianas** vienen promovidas por la caída de la Vacuna Bexsero.
- Ambas clases llevan varios meses consecutivos siendo las clases que más decrecen.

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

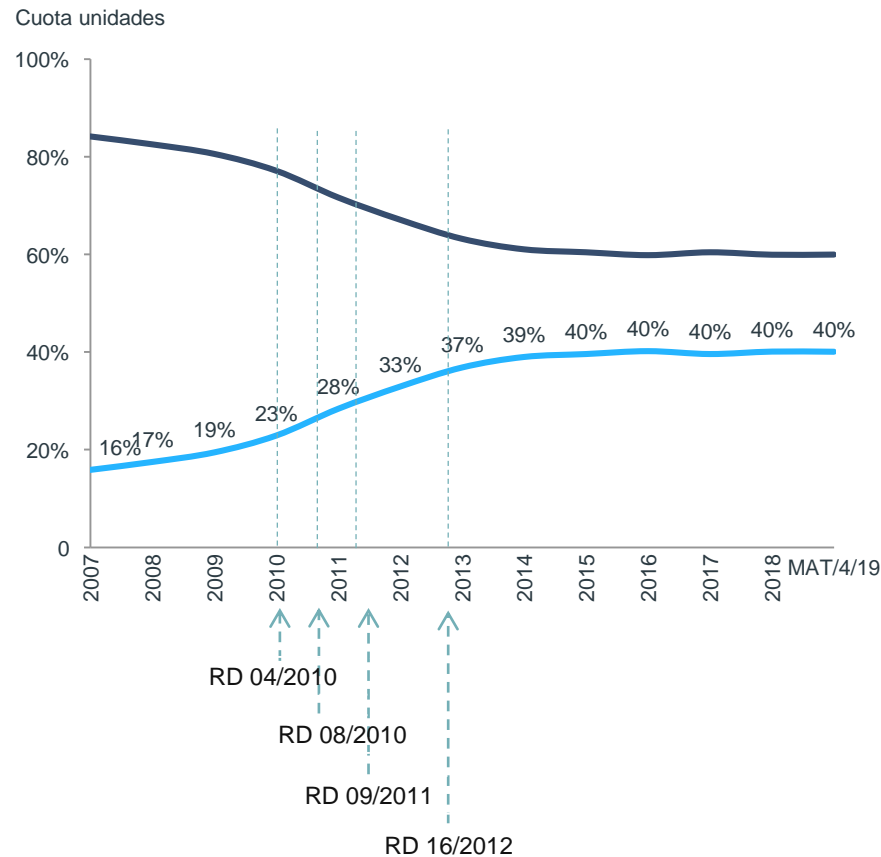
Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase de Antihistamínicos (R06) (16%) y la de Antiepilépticos (N03) (7,3%)



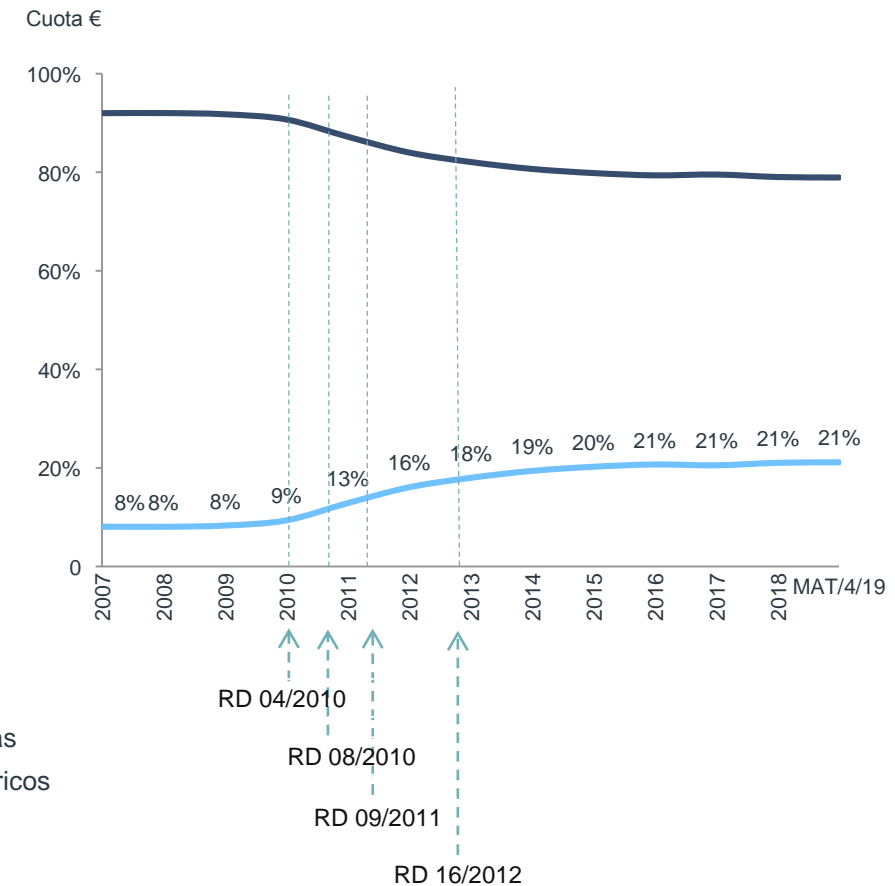
Total mercado de Medicamentos a MAT/4/19: 15.481 Mill. de € con un PPG del 1,5%

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 genéricos total mercado farmacéutico (unidades)



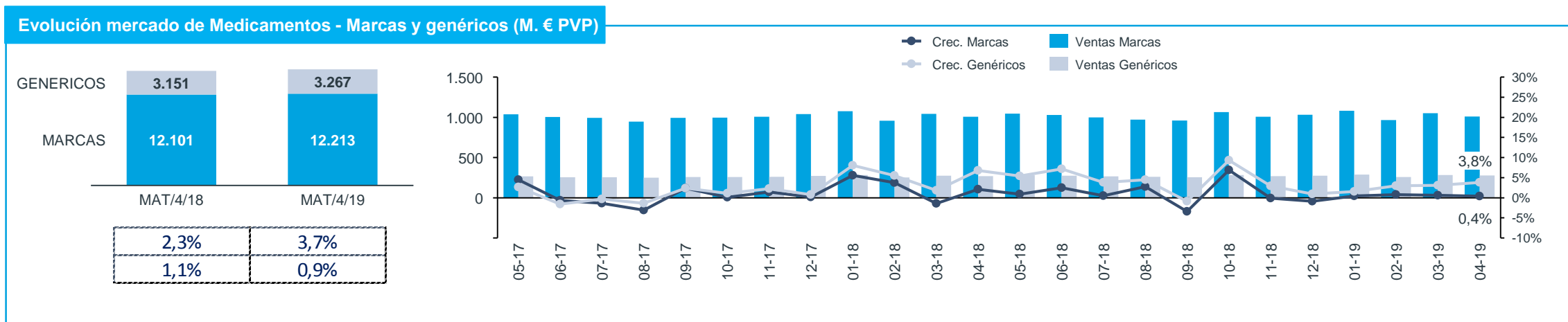
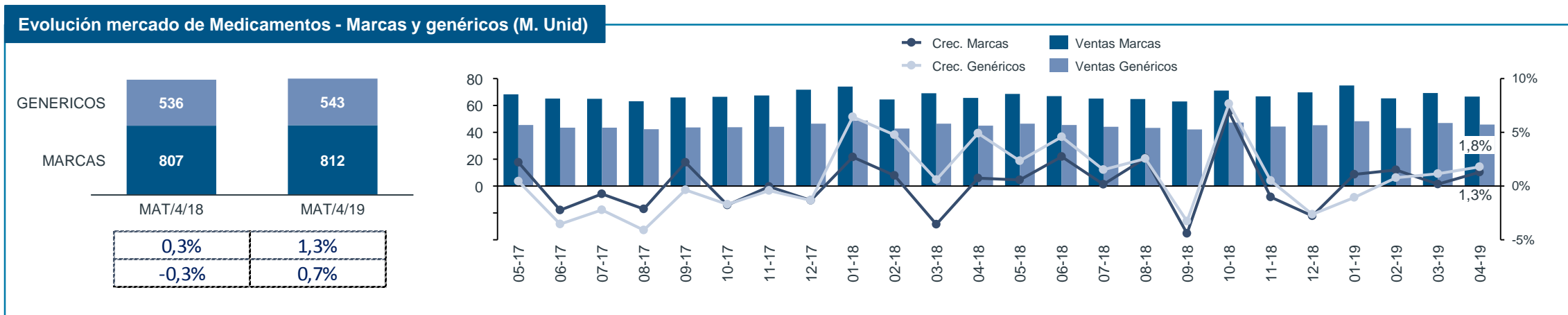
Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)



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

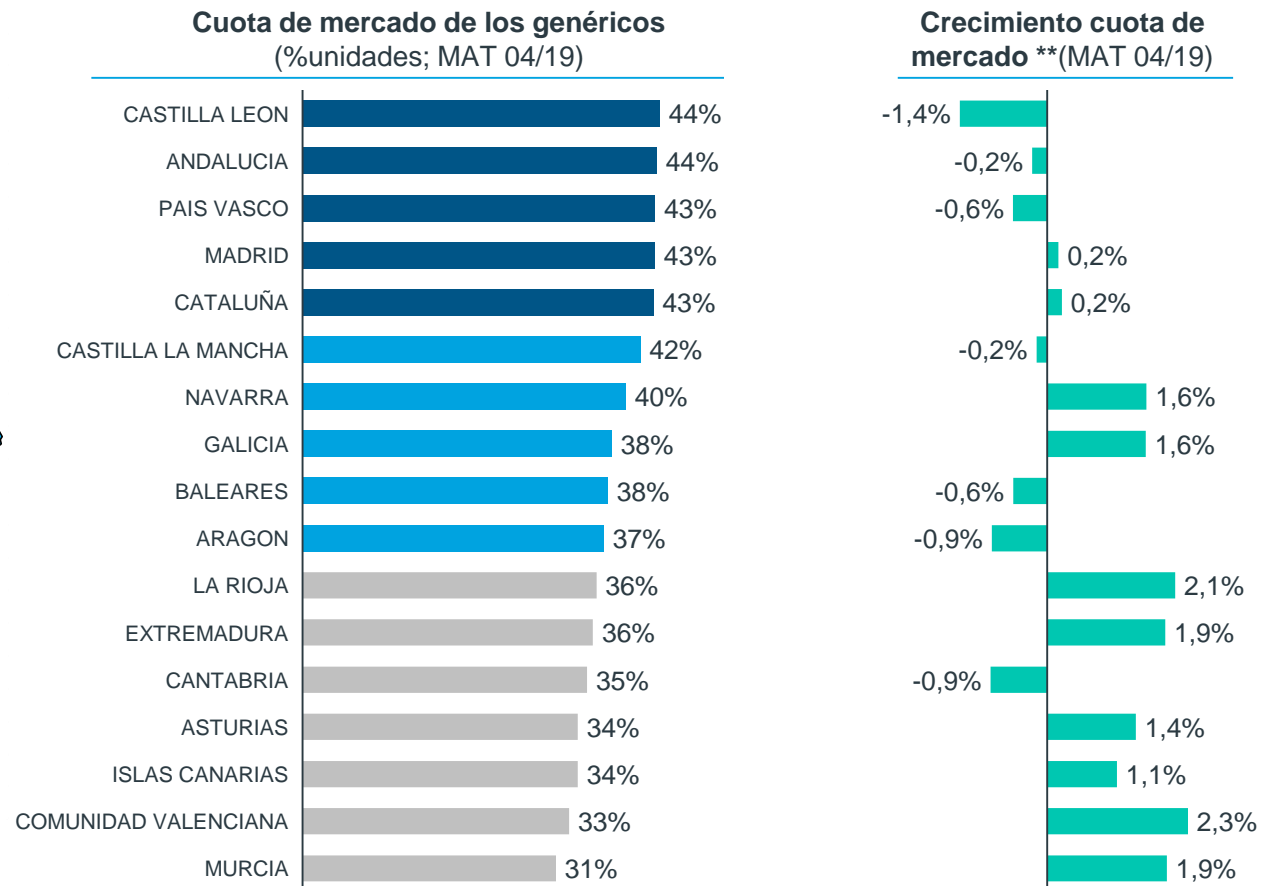
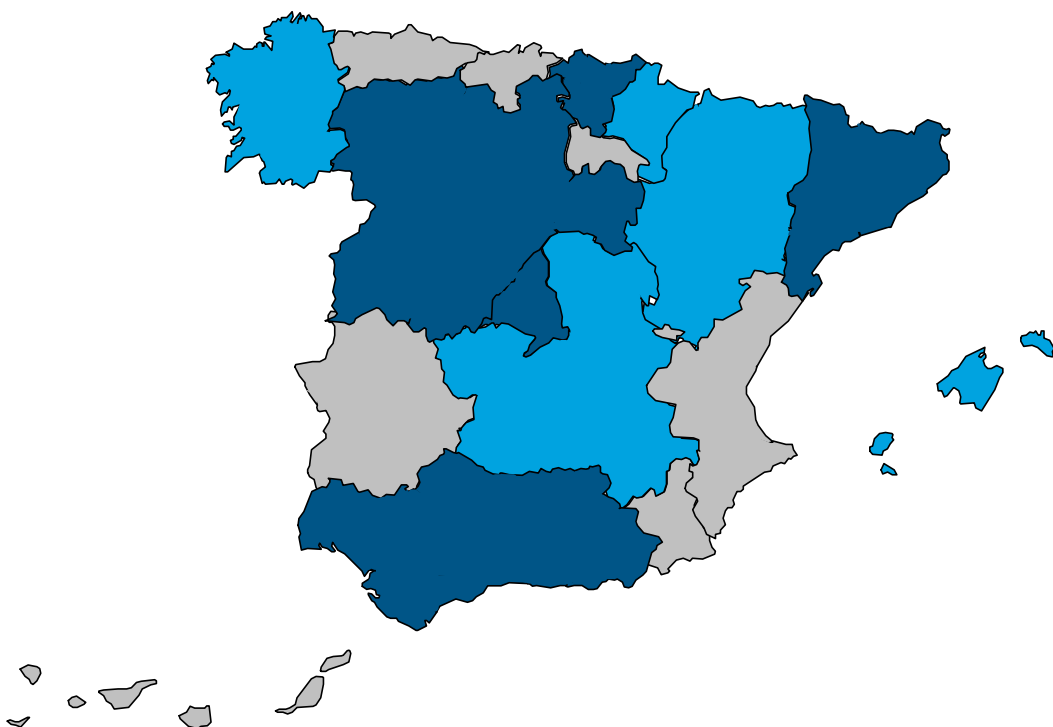


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semiefticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

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



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

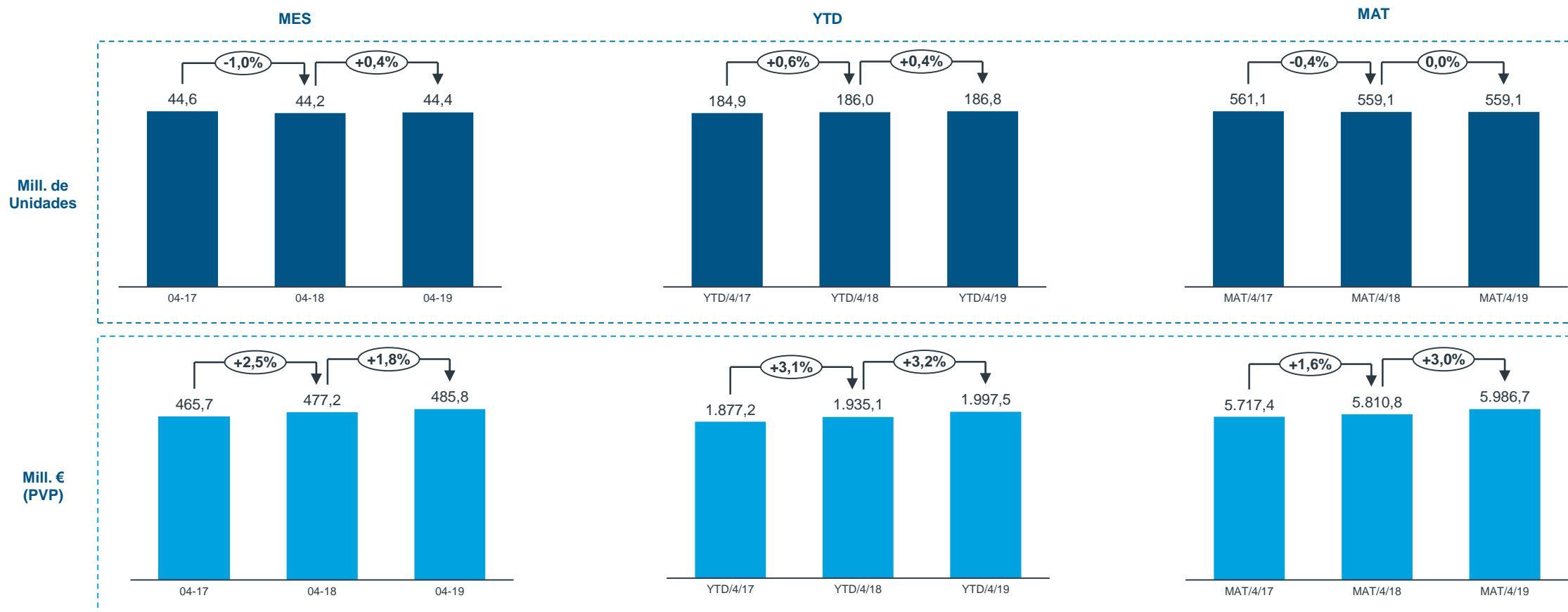
Índice

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

En el acumulado del año, Consumer Health muestra una tendencia plana en volumen (0,0%) aunque acelera su crecimiento en valores (+3,0%)

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

Mercado de Consumer Health



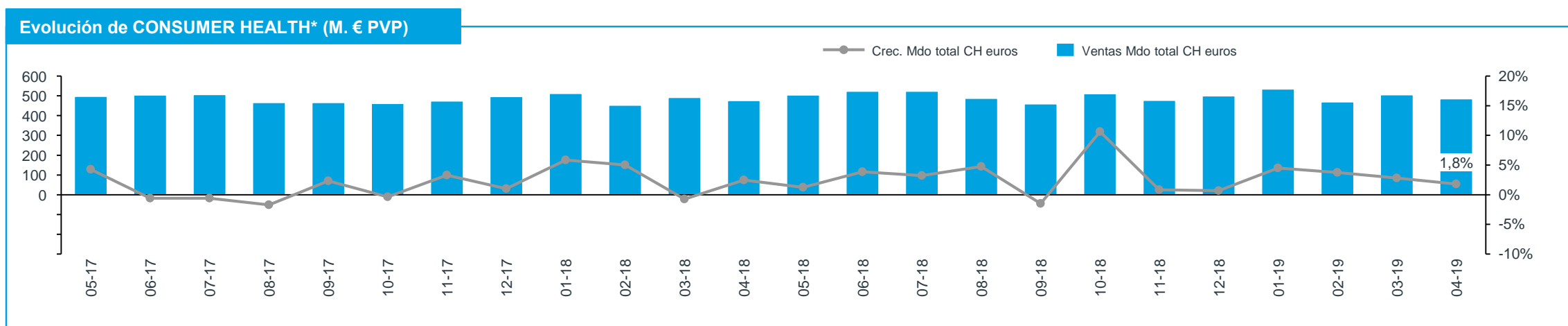
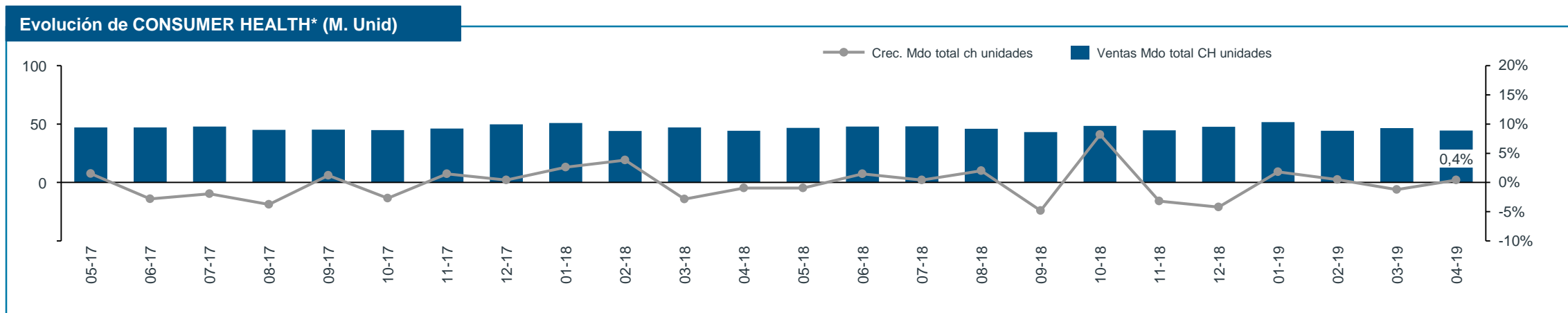
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de abril un +1,8% en valores y un +0,4% en unidades

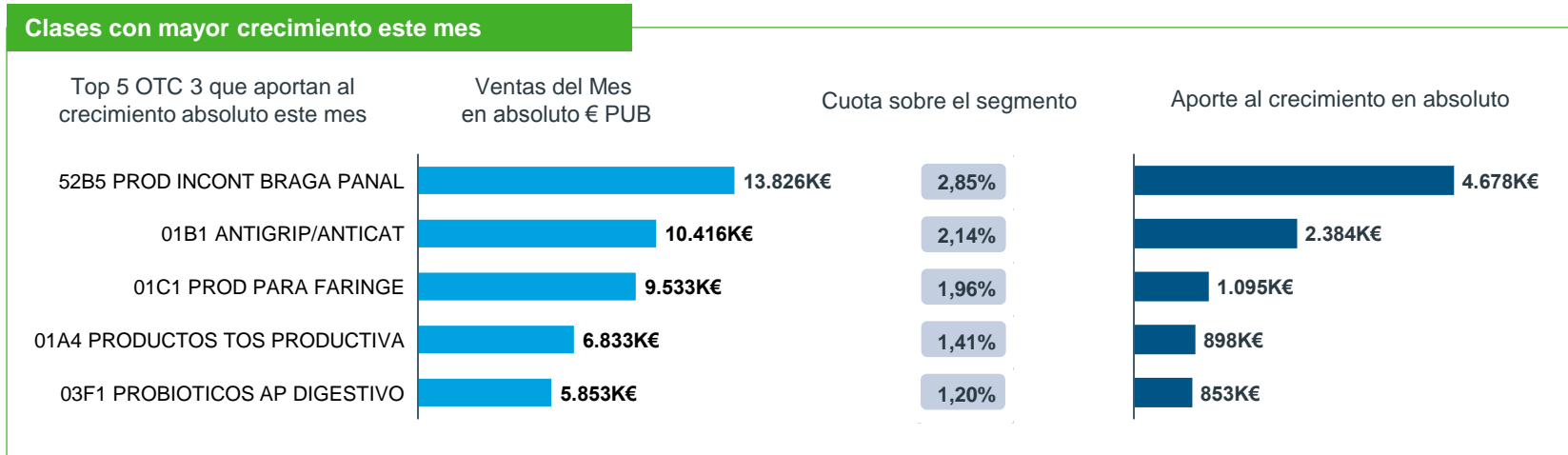
El crecimiento en valores mantiene la tendencia positiva del año 2019



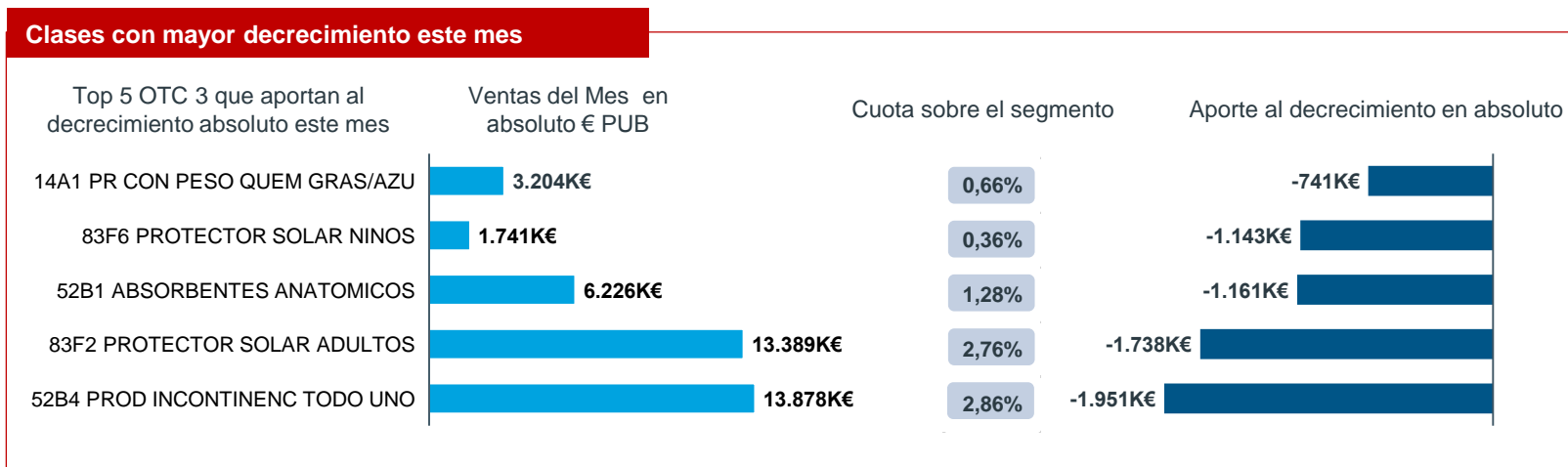
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de abril, 3 de las 5 clases que más aportan al crecimiento son estacionales, siendo éstas del aparato respiratorio

Las clases que más frenan el crecimiento son clases de incontinencia y solares



- La que más contribuye al crecimiento son los Productos de incontinencia tipo braga-pañal, siendo **Incopack** (2,2M€) el producto que más contribuye al crecimiento.
- La clase de productos de Probióticos para el Aparato Digestivo aparece en Abril entre las 5 clases que más contribuyen al crecimiento, siendo los productos **Prodefen** (0,17M€) y **Megalevure** (0,10M€) los que más contribuyen al crecimiento de esta clase. Los top 5 productos en aporte al crecimiento en € han crecido más de un 13% Vs a Marzo.

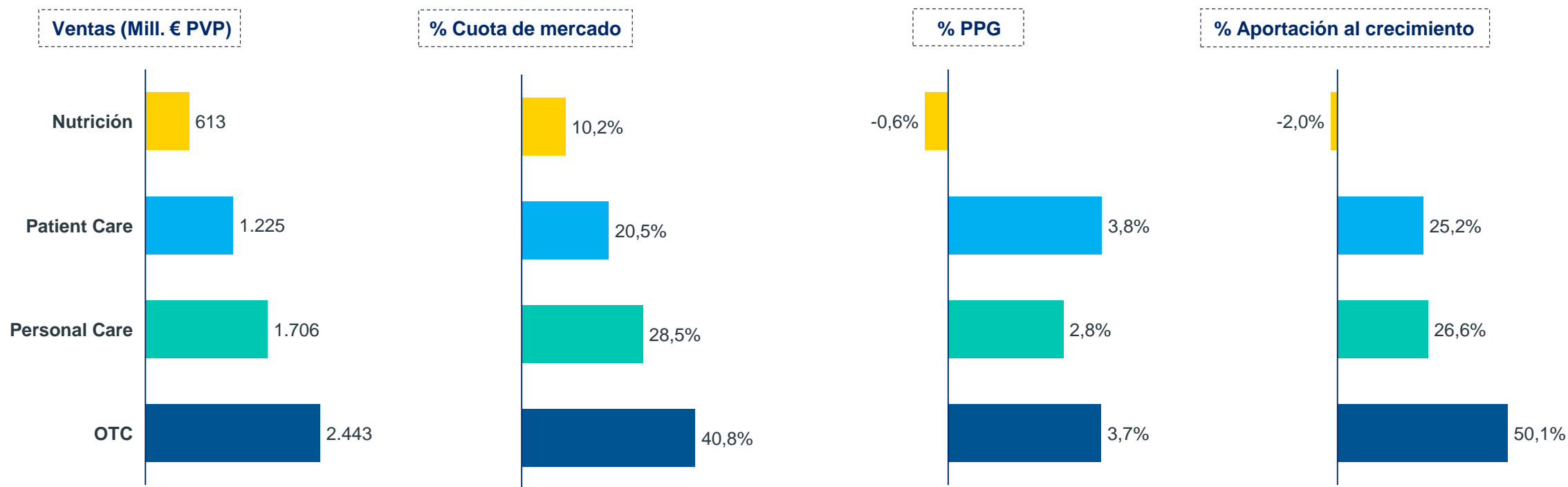


- Los productos para **Incontinencia todo en uno** es la clase terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. **Molicare** es el producto que más contribuye al decrecimiento (-0,6M€), al contrario de lo que ocurría en Marzo.
- Las clases **Protector solar adultos y Protector solar niños**, están dentro de las 5 clases que mas contribuyen al decrecimiento. Esto es debido a qué Abril ha sido un mes muy húmedo.

El 50,1% 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

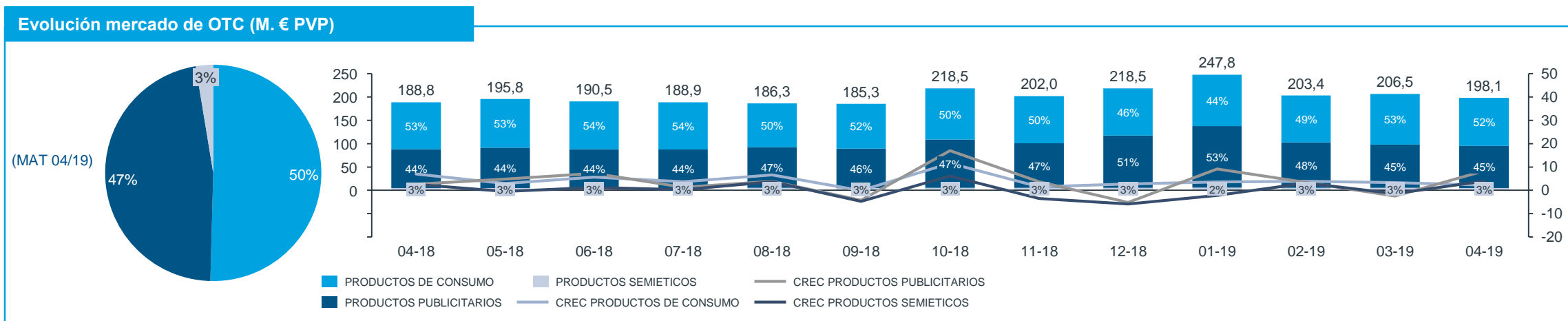
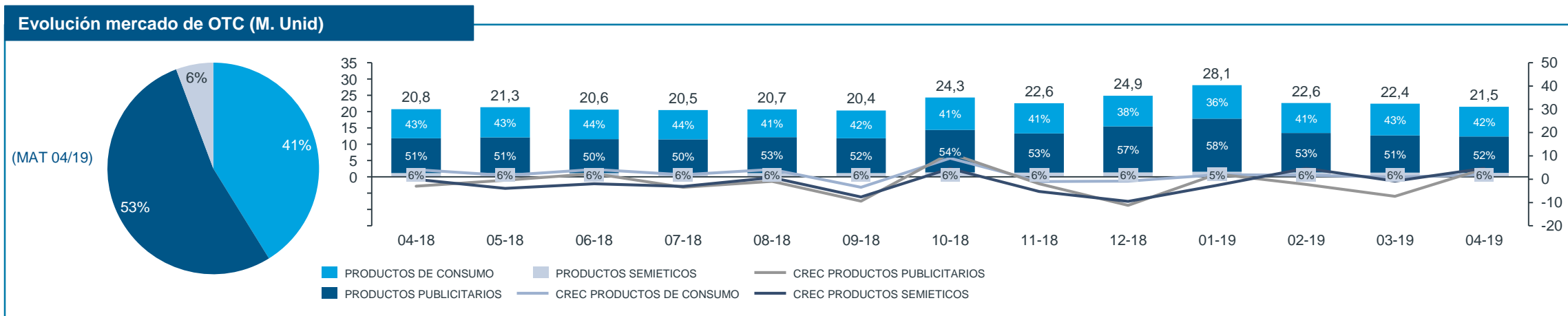
Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT04/2019)



Total mercado Consumer Health a MAT/4/19: 5.987 Mill. de € con un PPG del 3,0%

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

Los productos semiéticos revierten la tendencia de meses anteriores, creciendo un +4,0% vs el mismo periodo del año pasado en valores

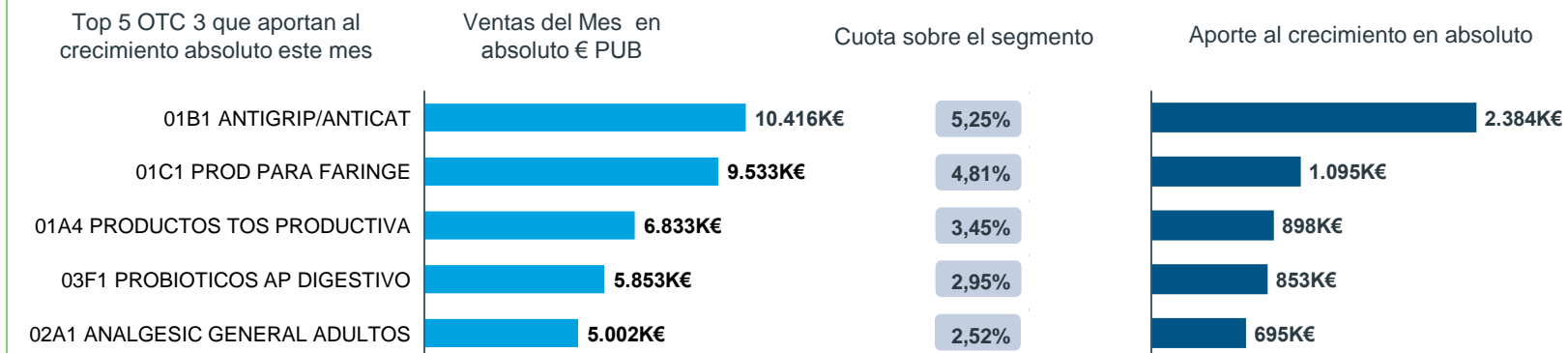


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los antigripales aportan 2,4M€ al crecimiento del mercado Consumer Health este mes de abril

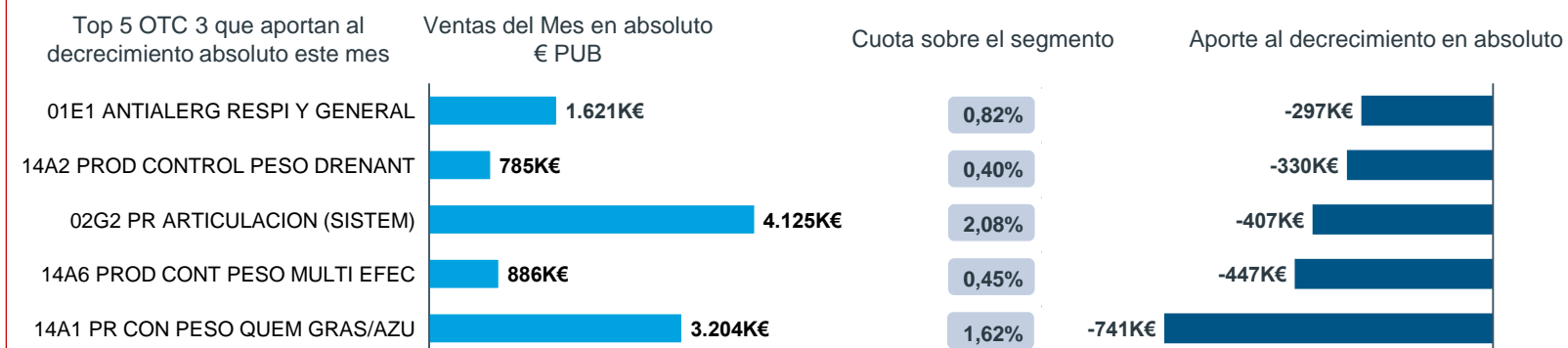
Además de productos estacionales, destacan con crecimientos positivos la clase 03F1 Probióticos Ap. Digestivo

Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase que más contribuye al crecimiento es **Antigripales/ Anticatarrales**. Esto es debido a que el mes de Abril ha sido un mes con unas temperaturas más bajas que el mes de Abril 2018 y con más precipitaciones. El producto que más contribuye al crecimiento es **Frenadol complex** (0,6M€).
- La quinta clase que más contribuye al crecimiento son **Analgésicos generales para adultos**. El top 3 productos han tenido crecimientos mayores al 20% respecto a Marzo.

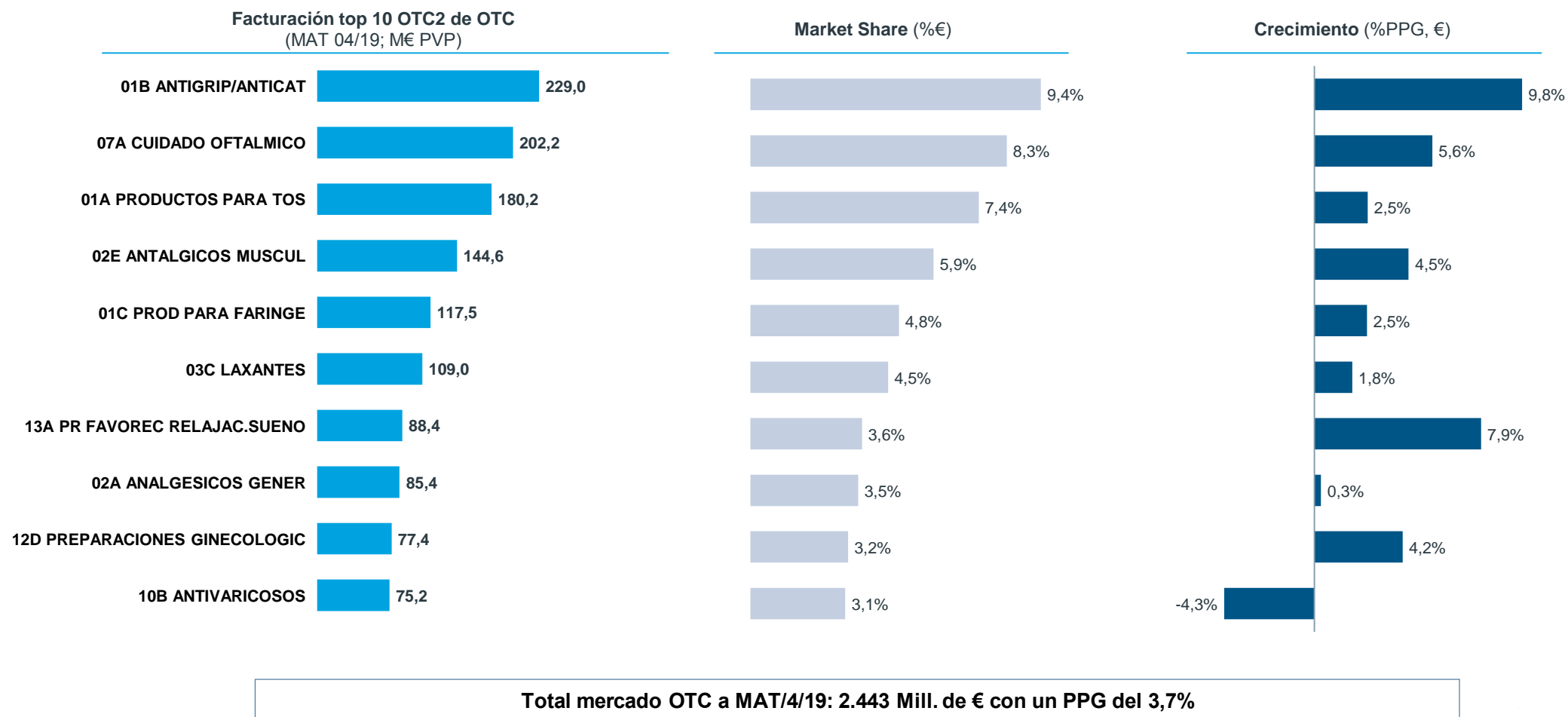
Clases con mayor decrecimiento este mes



- La clase que más aporta al decrecimiento del segmento de OTC es la clase de **Productos de control de peso quema grasa** (-741K€). El producto que más contribuye al decrecimiento el **XLS med max streng**.
- De las 5 clases que más aportan al decrecimiento, 3 son clases relacionadas con la pérdida y control de peso.
- La clase de **Antialérgicos respiratorios** destaca los productos **Flonase** y **Reactine Plus** por ser los que más aportan al decrecimiento.

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

3 de las Top 10 categorías pertenecen al mercado del frío



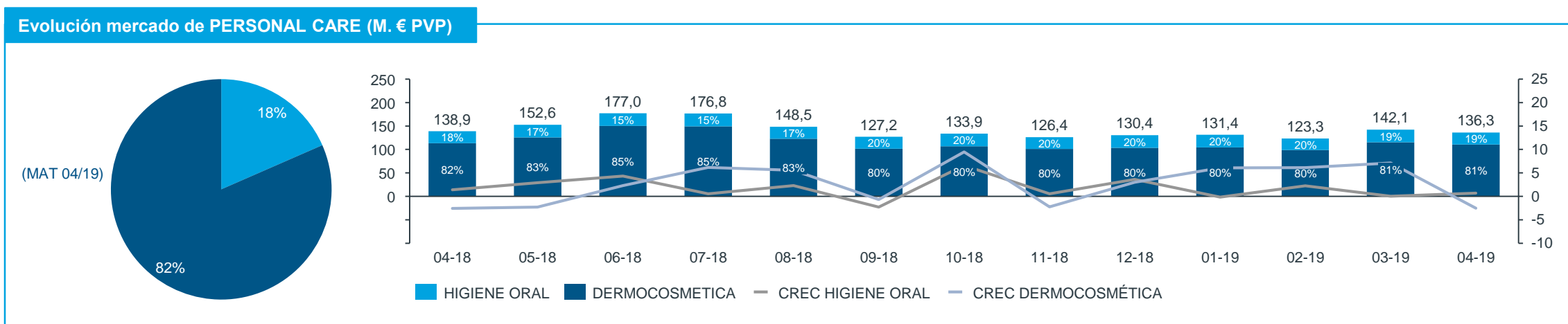
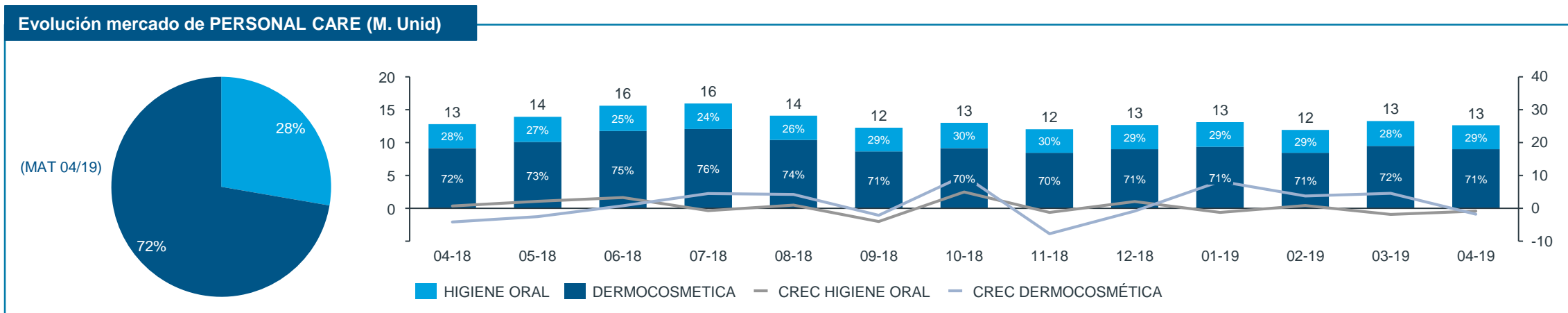
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

El segmento de dermocosmética decrece un -1,8% en unidades frente al mismo periodo del año anterior

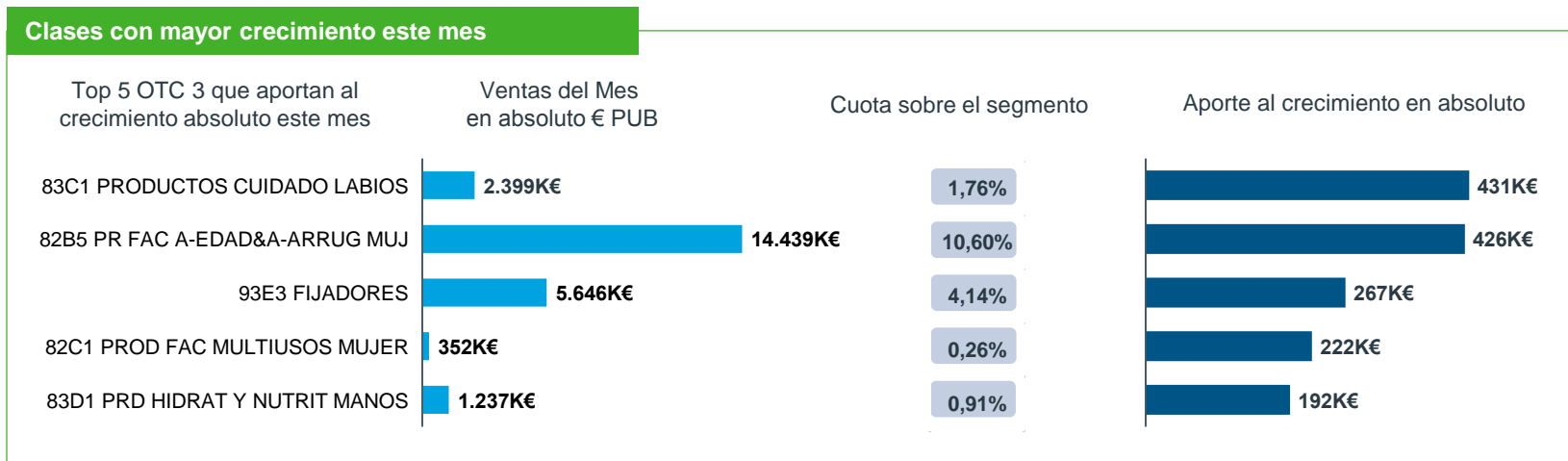
Tanto Higiene Oral como Dermo decrecen en volumen, sin embargo, Higiene Oral muestra crecimientos en valores



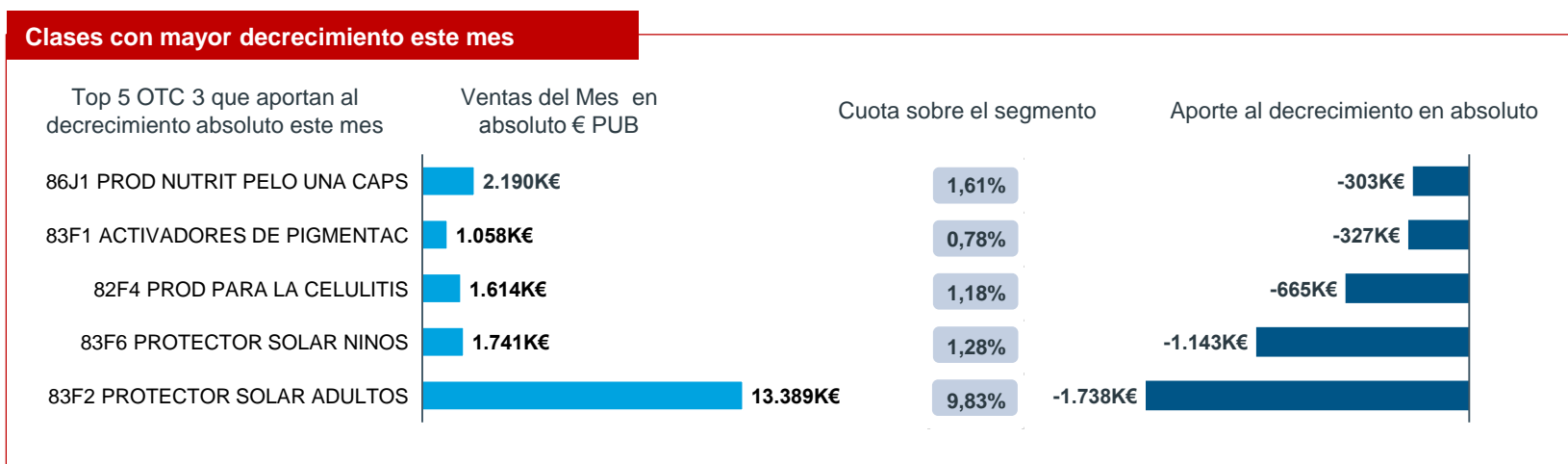
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

4 de las 5 clases con mayor aporte al crecimiento son de Dermocosmética, siendo solamente una (fijadores) de higiene oral

Destaca el decreciendo de las categorías de solares (-3,2M)



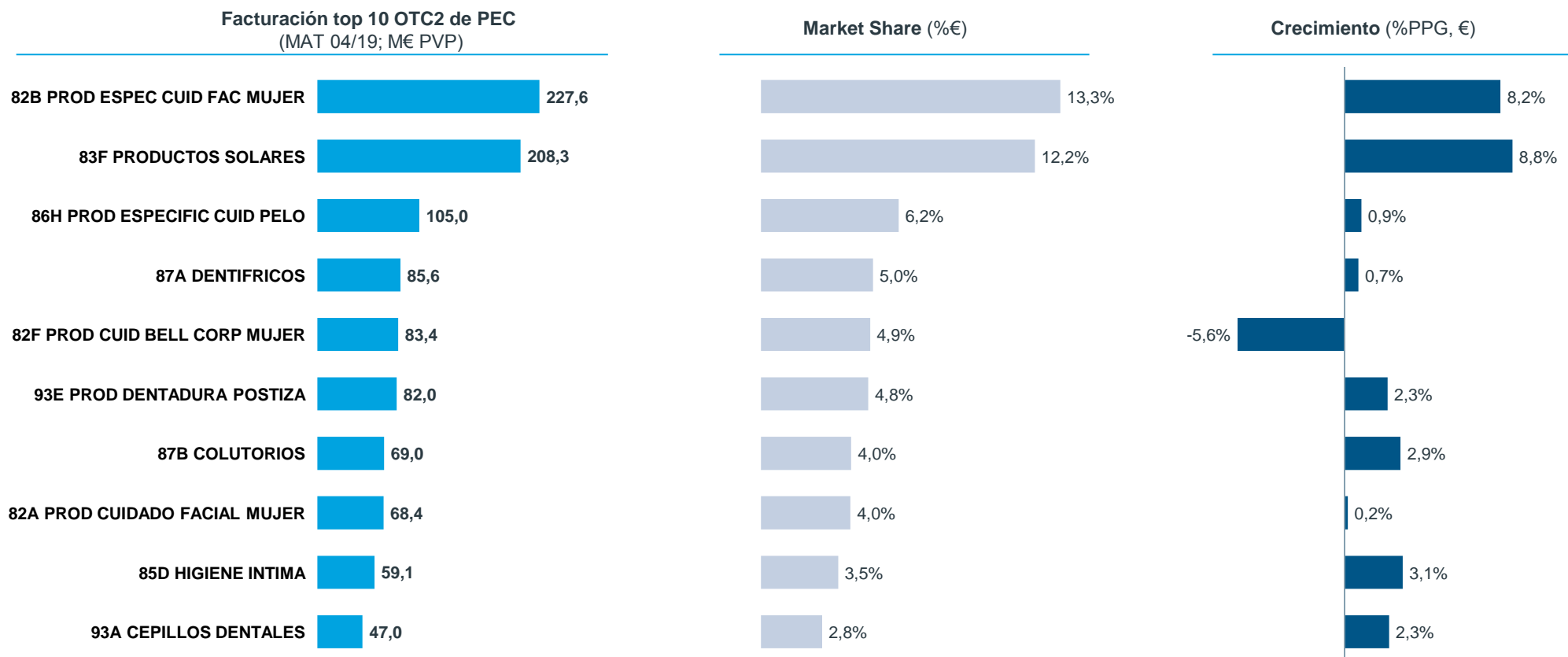
- En el mes de Abril, la clase con mayor aporte al crecimiento ha sido **Productos para el cuidado de labios**. Los Top 3 productos que más aportan al crecimiento de esta clase son **Letibalm** (100mil €), **Neutrogena FN Lab** (40 K€) y **Carmex** (19 K€).
- Dos de las cinco clases que más aportan al crecimiento, son clases para el cuidado facial de la mujer: **82B5 Productos facial anti edad/arrugas mujer** y **82C1 Productos faciales multiusos mujer**. En ambas clases, Dermofarm y Skinceuticals aparece entre los top 5 laboratorios en ventas en valor



- De las clases que más decrecen en el segmento PEC, llama la atención las clases relacionadas con la protección solar: **83F2 Protector solar adultos** y **83F6 Protector solar niños**. Veníamos de varios meses consecutivos de crecimientos en estas clases pero el mes de Abril, ha sido más húmedo y con temperaturas menos cálidas que el mes de Abril 2018.
- En la clase **82F4 Productos para la celulitis** el decrecimiento viene impulsado por los productos anticelulíticos Somatoline Cosmetic, Thiomucase y Elancy Slim.

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 (-5,6%)

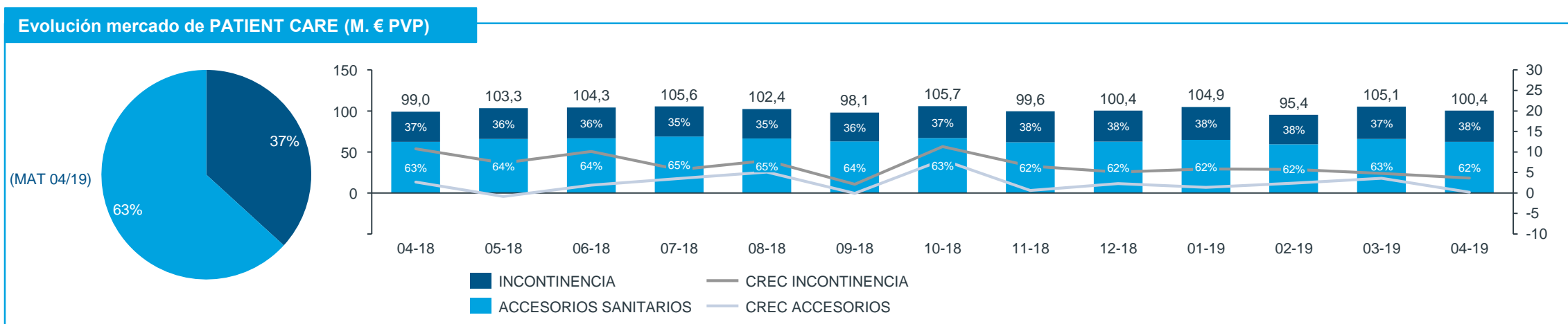
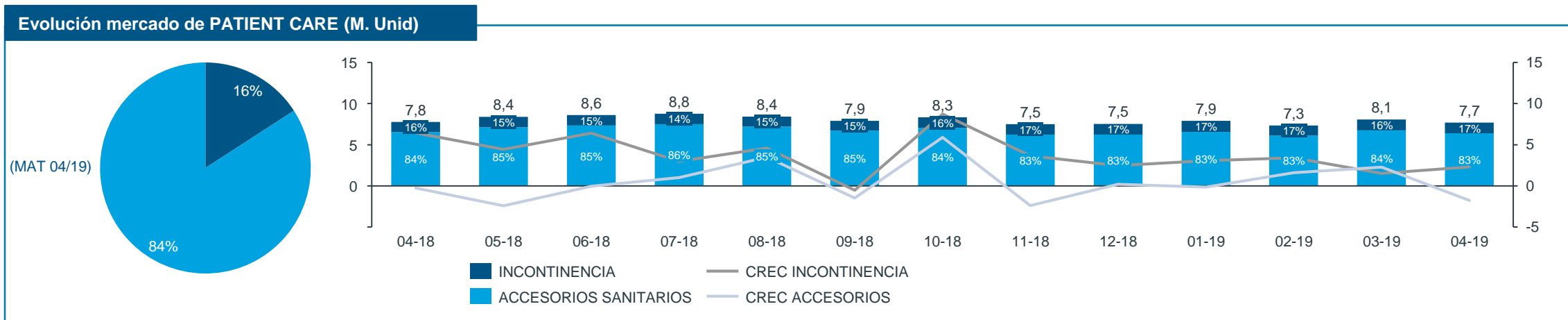
Bioderma , Heliocare y Martiderm son las 3 de las top 5 Marcas que crecen a doble dígito



Total mercado PEC a MAT/4/19: 1.706 Mill. de € con un PPG del 2,8%

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 abril, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal aportan 4,7M€ al crecimiento del segmento PAC

Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca 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	13.826K€	13,77%	4.678K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	3.217K€	3,20%	266K€
50A4 BOLSAS/PAQUET COLOSTOMIA	4.724K€	4,70%	246K€
50A5 BOLSAS/PAQUET ILEOSTOMIA	2.611K€	2,60%	182K€
53A2 CATETERES USO INTERMITENT	2.103K€	2,09%	180K€

- En Abril, la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC es la 52B5 con **Productos para la incontinencia Braga Pañal**. Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Indas, Essity, Hartman, Bimedica y Ontex ID). Todos ellos muestran crecimientos superiores al 29%, esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

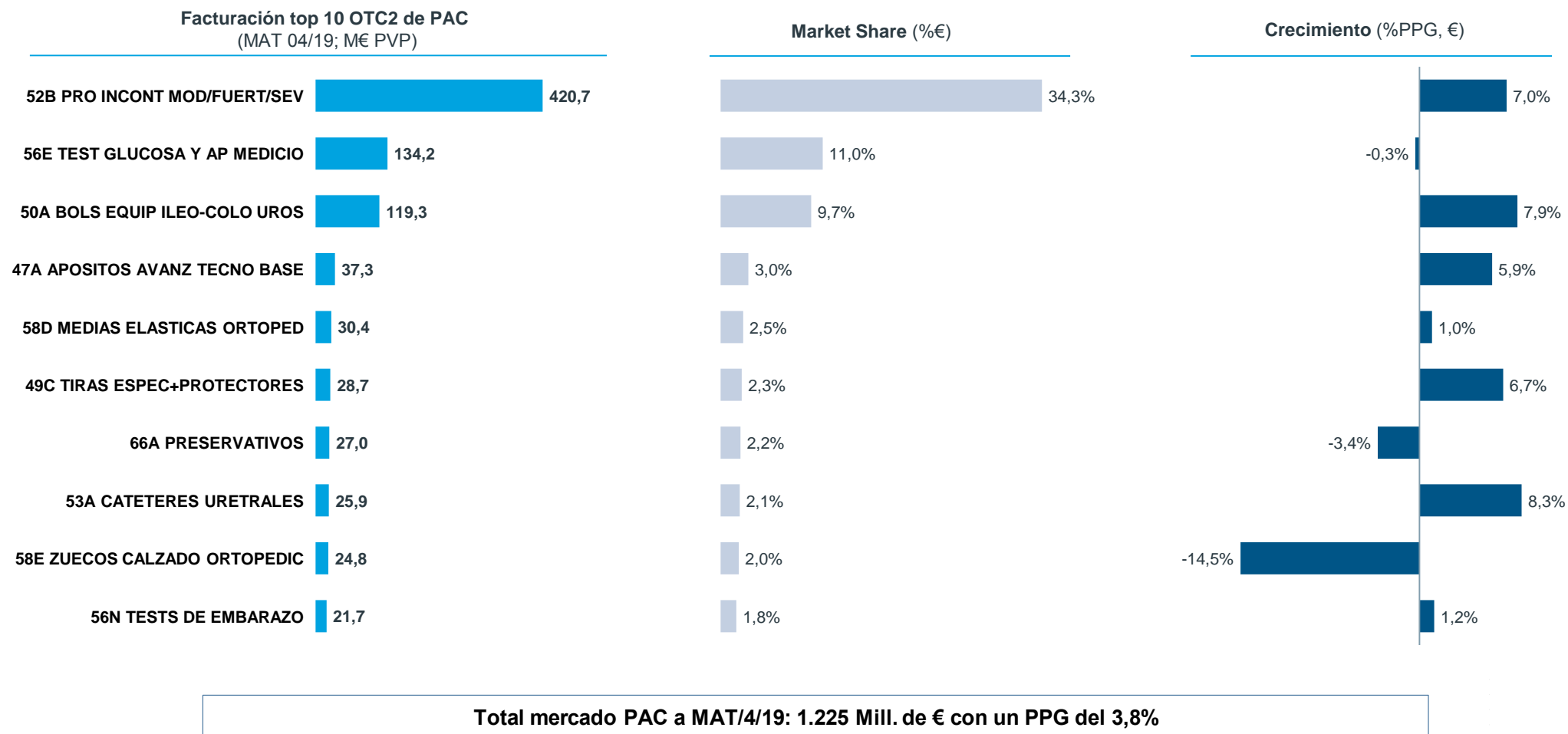
Clases con mayor decrecimiento este mes

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
56E2 TESTS DE GLUCOSA EN SANGR	11.007K€	10,96%	-148K€
52B2 ABSORBENT ANATOM RECTANGU	1.634K€	1,63%	-203K€
58E9 OTR ACCESOR CORRECT PIES	1.614K€	1,61%	-594K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	6.226K€	6,20%	-1.161K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	13.878K€	13,82%	-1.951K€

- Sin embargo, la clase que más aporta al decrecimiento es **Productos para incontinencia todo en uno**, 4 de 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 -15,7%, debido a la caída generalizada entre los players.
- El producto que más aporta al decrecimiento de la clase de **Accesorios correctores para pies** es Scholl gel activ (-481K€).

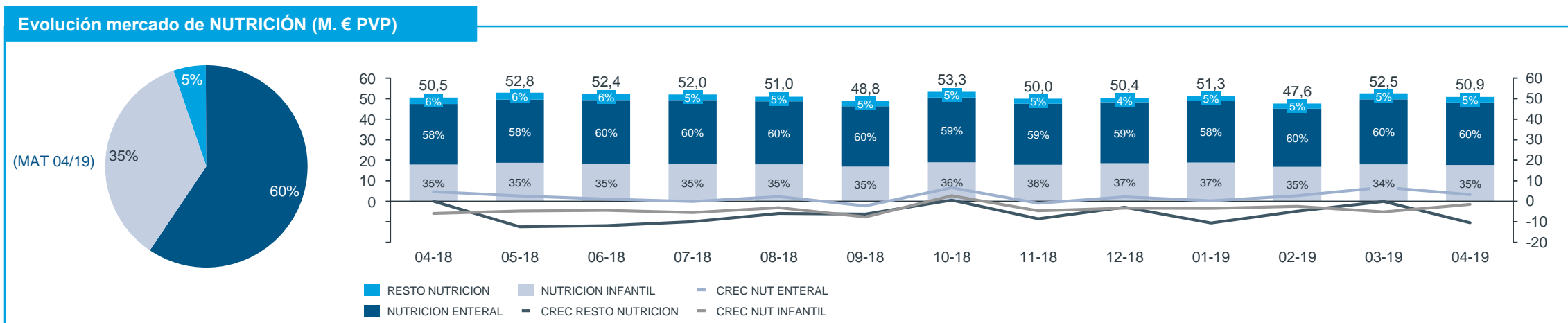
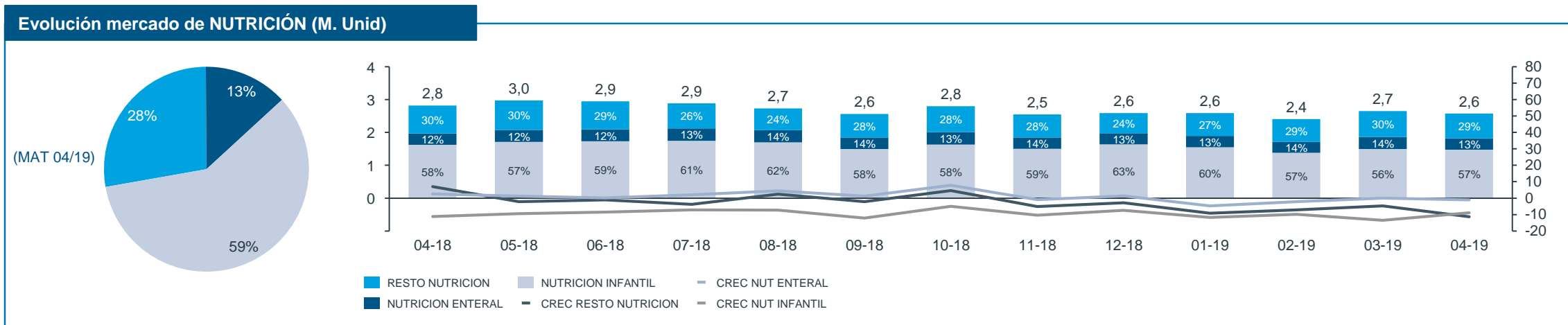
Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (34,3%) y también la que más aporta a este mercado (27,6 M€)

En el segmento de PAC decrecen 3 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 de nutrición

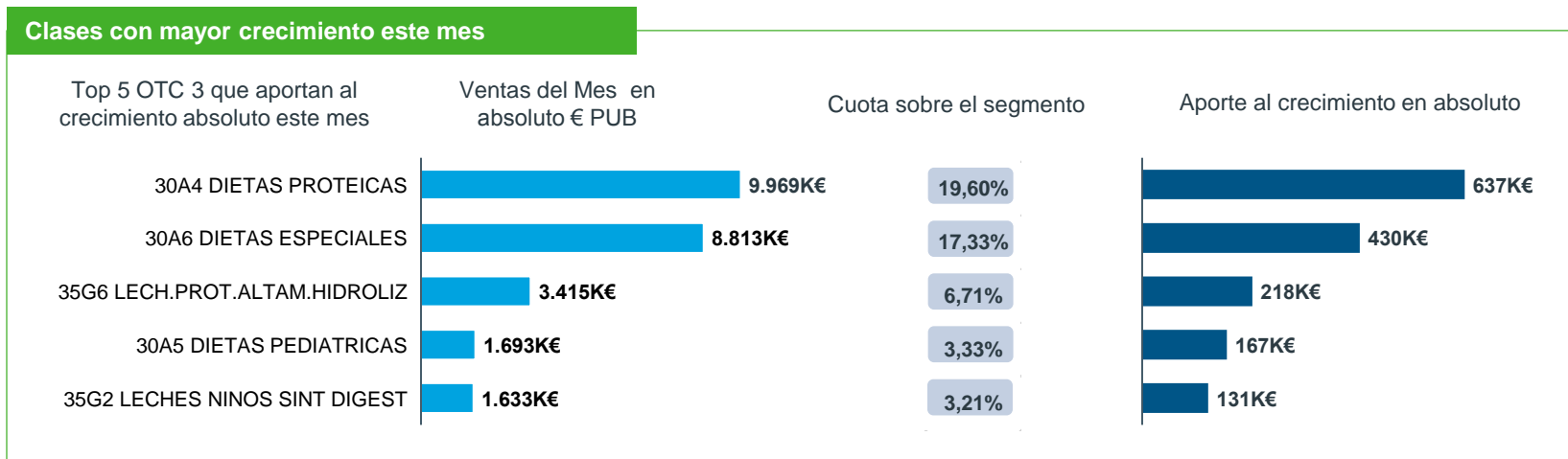
En abril 2019, nutrición enteral crece un +3,3%; nutrición infantil decrece -1,5% y el resto nutrición decrece un -10,5% en valores



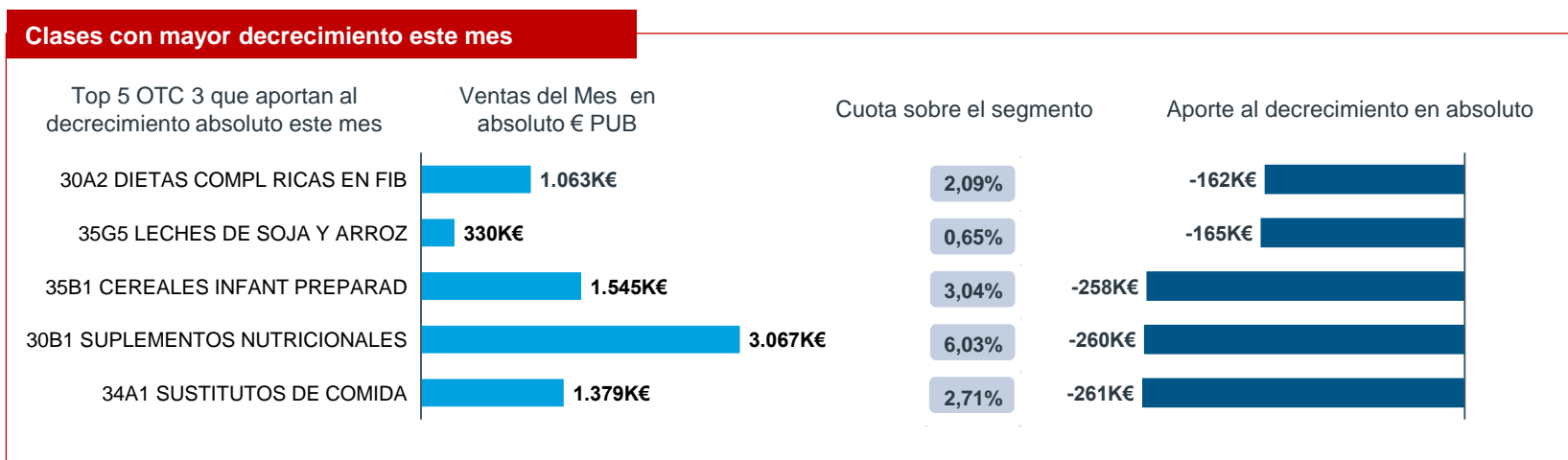
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

Decrecen los Sustitutivos de Comida y los Cereales Infantiles Preparados en el canal de farmacia



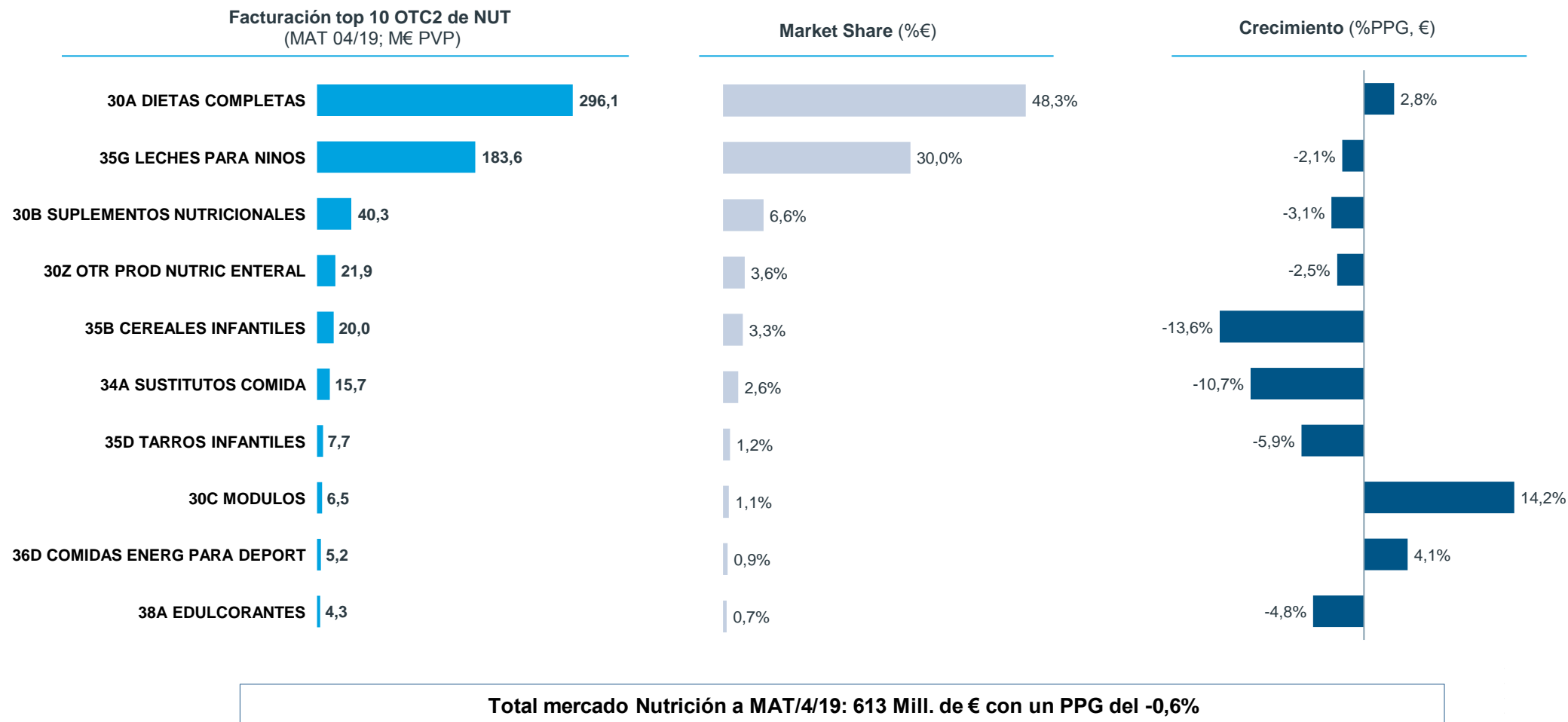
- Las dos clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de 1067 k€ en el mes de Abril. En el top 5 laboratorios de Dietas proteicas, Fresenius destaca por presentar crecimientos superiores al 15%.
- En la clase de leches proteicas altamente hidrolizadas destacan Mead Johnson, Numil, Alter y Ferrer que son los laboratorios con crecimientos positivos dentro de los 5 líderes para el periodo analizado.



- La clase que más aporta al decrecimiento es la 34A1 Sustitutos de comida. Los top 5 productos, presentan decrecimiento respecto al mismo periodo del año anterior.
- En el caso de la clase 30B1 Suplementos nutricionales, los laboratorios que más contribuyen al decrecimiento son Abbot, Vitaflo y Nutricia.
- La clase 35B1 Cereales infantiles aporta un decrecimiento de -258K€. El producto que más aporta a este decrecimiento es Blevit Plus (-129K€)

El mercado de nutrición decrece 3,5M €, siendo la categoría de las leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-2,1%, -3,9M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (48,3%) 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**
 - + **Análisis del mercado “Operación Verano”**

Analizamos la categoría 'Operación Verano' segmentando el mercado en dos bloques

Ataque (tratamiento de shock) y Reducción, Cuidado y Belleza (mantenimiento)



Operación
Bikini



Ataque

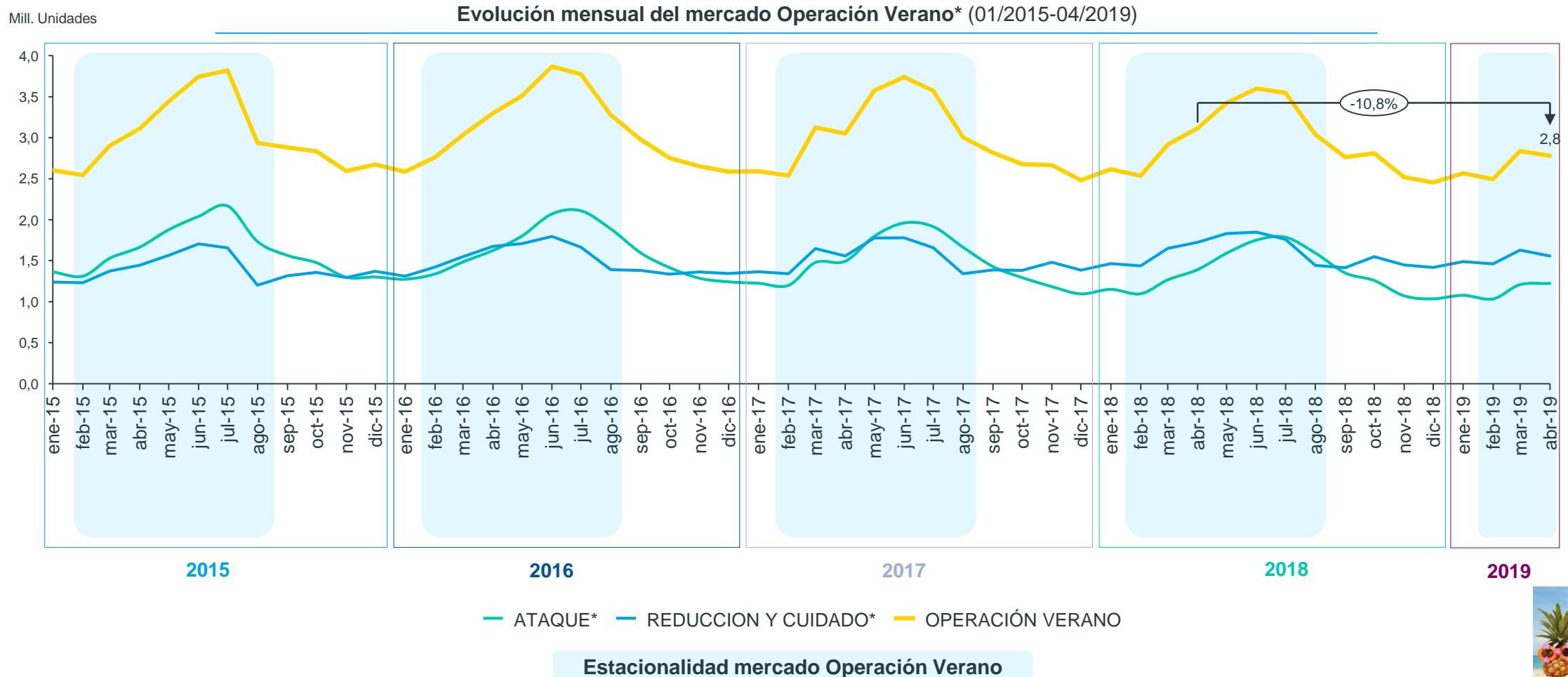
- Quemagrasas
- Complementos alimenticios naturales
- Drenantes
- Productos quema kcal
- Productos detox
- Productos para el vientre plano
- ...

Reducción, cuidado y belleza

- Cremas reductoras
- Productos para la celulitis
- Dieta y sustitutos de comida
- Infusiones adelgazantes
- Cuidado de la piel
- ...

Existe una clara estacionalidad en las ventas de los productos Operación Verano, empezando en marzo y hasta el mes de agosto

Este mes de abril se han vendido 2,8M de unidades, 42,8M € vs el año pasado que fue un abril más favorable para este mercado (3,1M de unidades, 45,9M €)



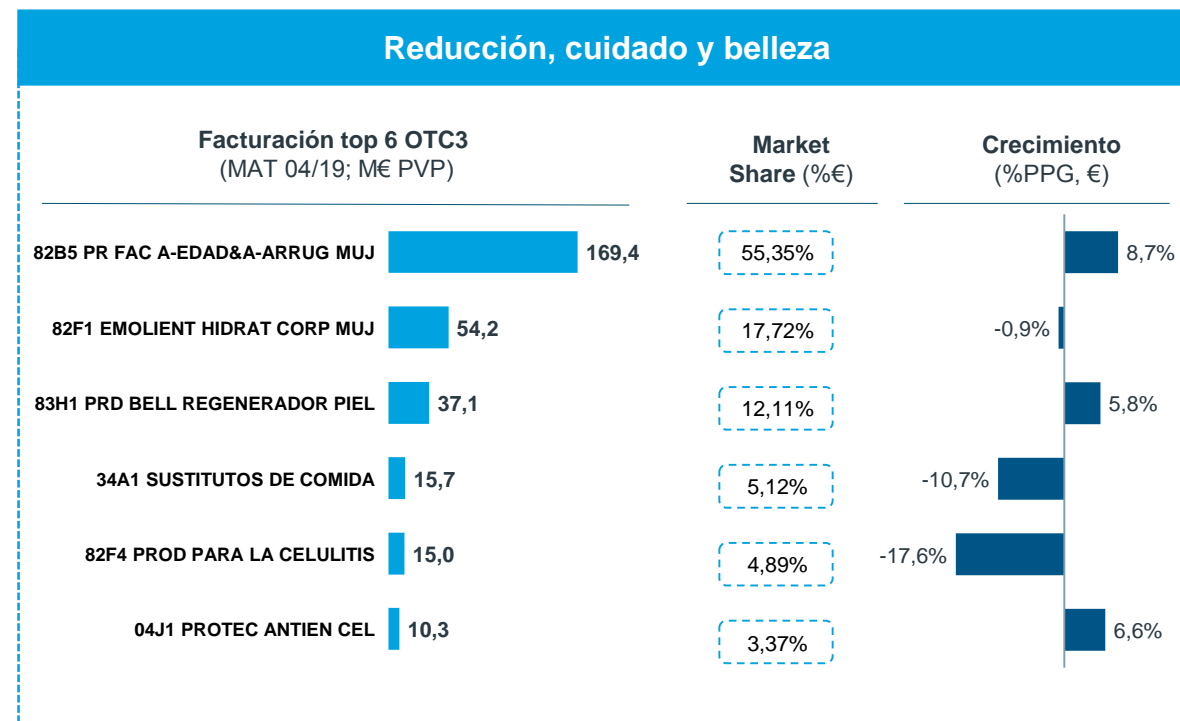
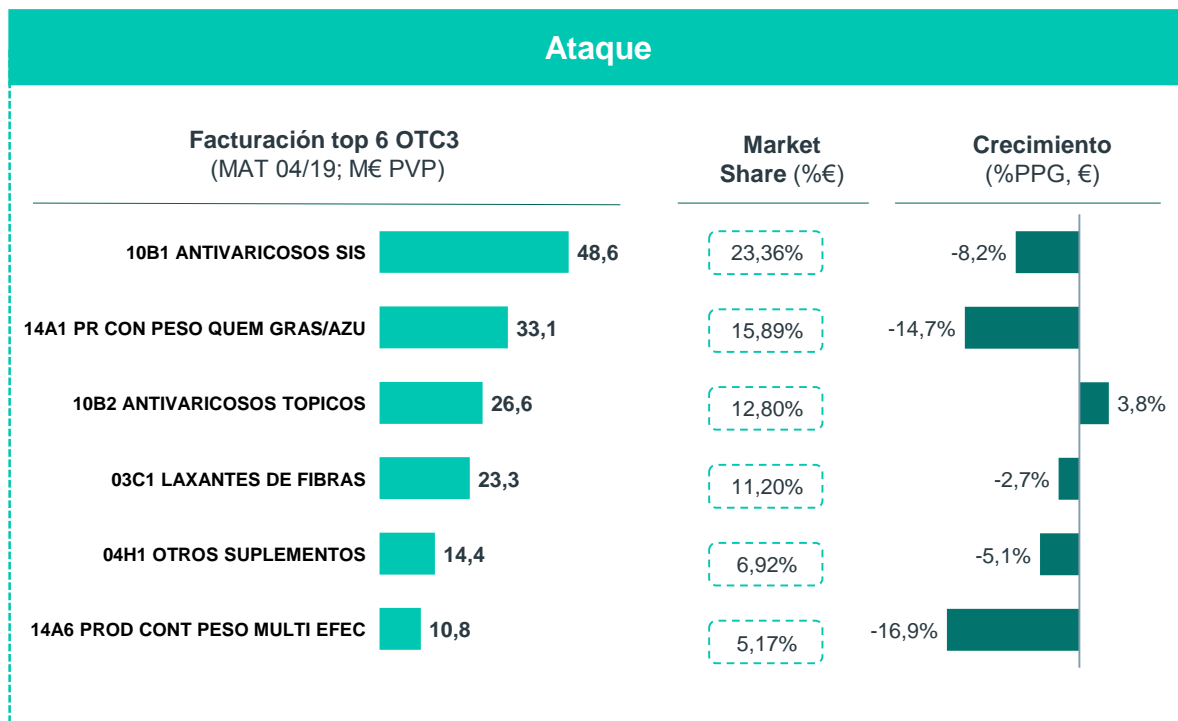
Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA.

*MERCADO OPERACIÓN VERANO: ATAQUE, REDUCCIÓN, CUIDADO Y BELLEZA



En el acumulado de los últimos 12 meses, el mercado Operación Verano decrece -5,4 millones de Euros (-1,04%)

Sólo las categorías de venta exclusiva en farmacia y de recomendación muestran crecimientos. Los llamados “productos milagro” que ahora encontramos en Gran Consumo decrecen en el canal farmacia.



Total mercado Operación Verano a MAT 04/2019: 514,1 Mill. de €, con un PPG del -1,04%

Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA.

*MERCADO OPERACIÓN VERANO: ATAQUE, REDUCCIÓN, CUIDADO Y BELLEZA

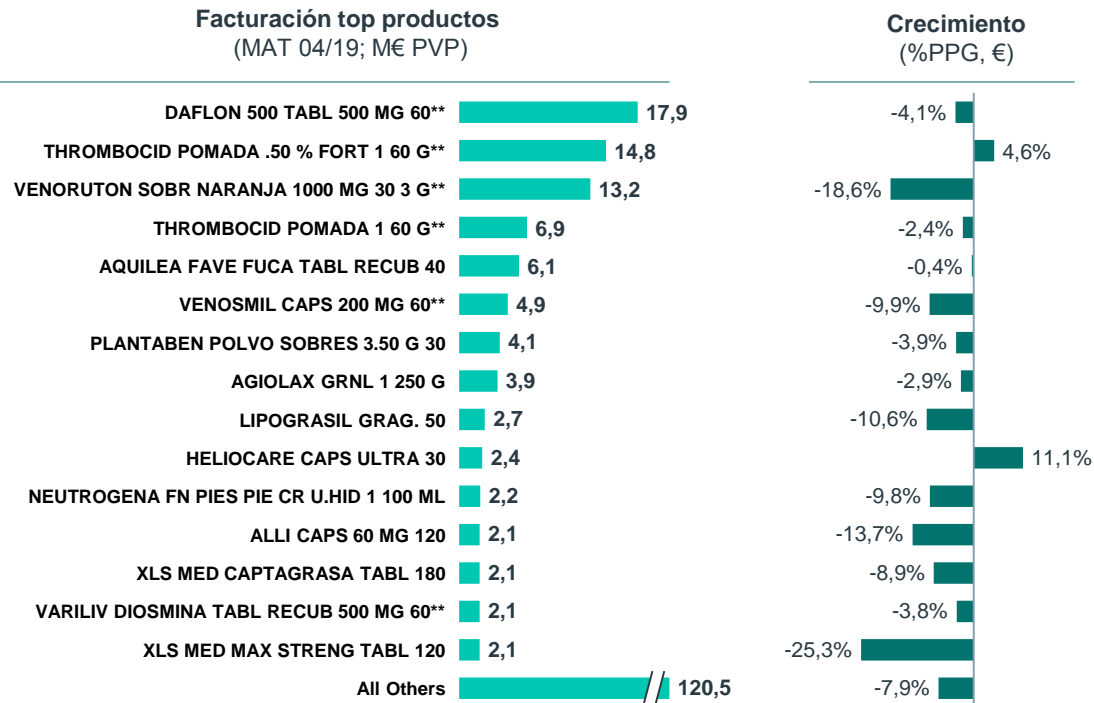
**Los antivariicosos no son exclusivos del mercado Operación Verano pero sí que ven aumentadas sus ventas en el periodo de verano



Analizando el comportamiento de los productos que componen ambos segmentos observamos una tendencia negativa para la mayoría de los productos de Ataque

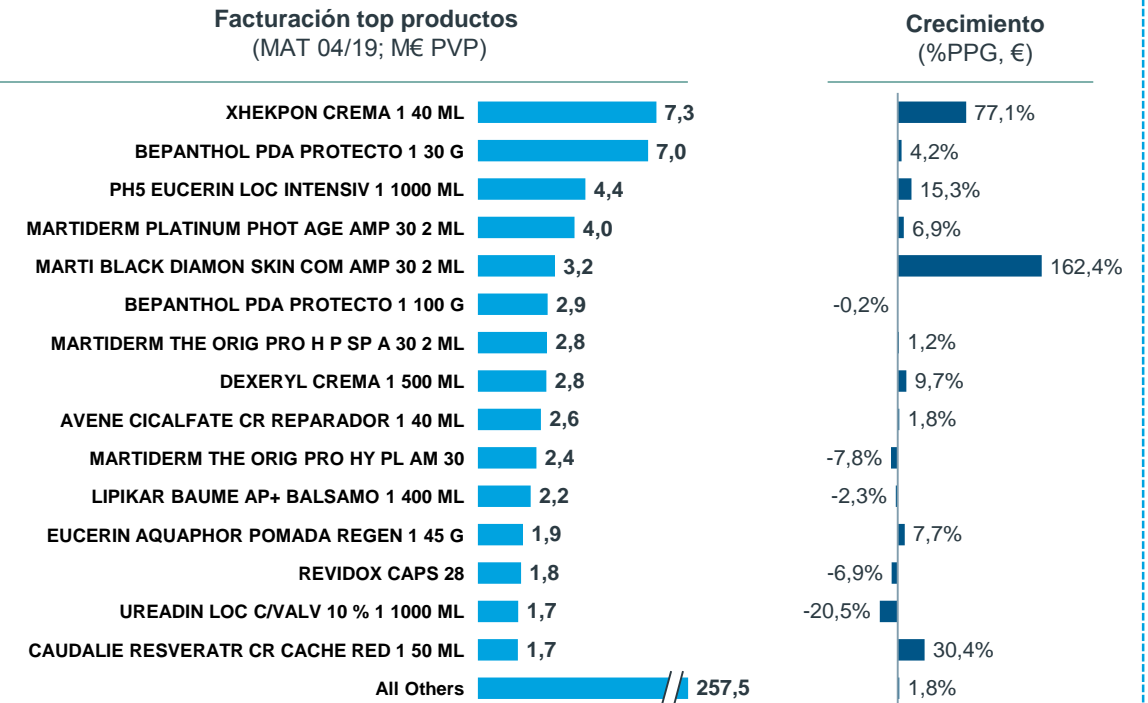
En productos de reducción, cuidado y belleza destacan por sus altos crecimientos las referencias de Martiderm y Vectem

Top 15 productos Ataque



TOTAL MAT 04/19: 208,1 M€ -7,2%

Top 15 productos Reducción, cuidado y belleza



TOTAL MAT 04/19: 306 M€ +3,6%

Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA.

*MERCADO OPERACIÓN VERANO: ATAQUE, REDUCCIÓN, CUIDADO Y BELLEZA

**Los antiartrósicos no son exclusivos del mercado Operación Bikini pero sí que ven aumentadas sus ventas en el periodo de verano



En 2018 se lanzaron 525 referencias en el mercado de Operación Verano, y desde enero 2019 se han lanzado ya 161 referencias

Los lanzamientos más exitosos de los últimos dos años pertenecen al segmento Reducción, Cuidado y Belleza

Top Lanzamientos 2018

Product Pack	Launch Date	OPERACION BIKINI	Year 2018 Sales Euros Pub
SOMATOLINE COSMET NOCH7 GEL FR 1 400 ML	2018/01	REDUCCION Y CUIDADO*	1.737.895,98
SIGNASOL AMP.BB 28	2018/01	REDUCCION Y CUIDADO*	1.046.202,73
CAUDALIE PREM CRU LE SERUM 1 30 ML	2018/02	REDUCCION Y CUIDADO*	936.938,04
XTRASLIM 700 CAPS 120	2018/03	ATAQUE*	755.296,21
CAUDALIE PREM CRU CR RICA 1 50 ML	2018/02	REDUCCION Y CUIDADO*	739.210,18
ARKOFLUIDO QUEMAGR AMP 20	2018/02	ATAQUE*	689.936,29
NS LIPODREVIT COMP BOTELLA 1 450 ML	2018/01	ATAQUE*	570.748,50
EUCERIN HYALURON FILL DIA 30+ 1 50 ML	2018/06	REDUCCION Y CUIDADO*	433.304,68
PRODIGIEUSE AC SEC E2018 1 100 ML	2018/06	REDUCCION Y CUIDADO*	361.732,36
EUCERIN VOL FILLER VO LIFT D PS 1 50 ML	2018/01	REDUCCION Y CUIDADO*	354.991,82

Top Lanzamientos 2019

Product Pack	Launch Date	OPERACION BIKINI	YTD 2019 Sales Euros Pub
FIGURMED 2.5 ZON R CAPS 60	2019/01	ATAQUE*	431.017,37
XLS MED FORTE X5 CAPS 180	2019/02	ATAQUE*	358.501,54
DERMABSOLU CR DIA ESENC 1 40 ML	2019/01	REDUCCION Y CUIDADO*	146.271,71
CAUDALIE RESVERATR CR CACHE RED 1 25 ML	2019/02	REDUCCION Y CUIDADO*	112.248,18
DERMABSOLU BALS NOC REG 1 40 ML	2019/01	REDUCCION Y CUIDADO*	112.229,42
DERMABSOLU SR ESENCIAL 1 40 ML	2019/01	REDUCCION Y CUIDADO*	107.815,98
ADIPROX ADVANCE CAPS 50	2019/02	ATAQUE*	95.456,46
NUCLEODOL CAPS 30	2019/02	ATAQUE*	91.299,82
NS LIPOCARBO BI EF TABL BICAPA 60	2019/01	ATAQUE*	88.191,85
NEOVADIOL PHYTOSCU CREMA 1 50 ML	2019/03	REDUCCION Y CUIDADO*	82.960,35

Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA.

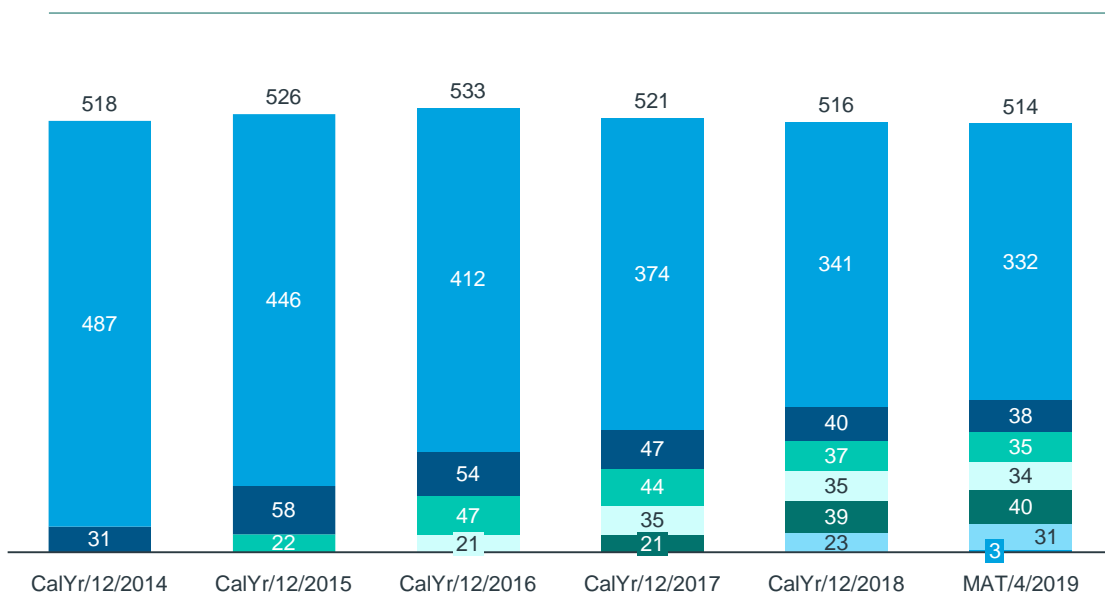
*MERCADO OPERACIÓN VERANO: ATAQUE, REDUCCIÓN, CUIDADO Y BELLEZA



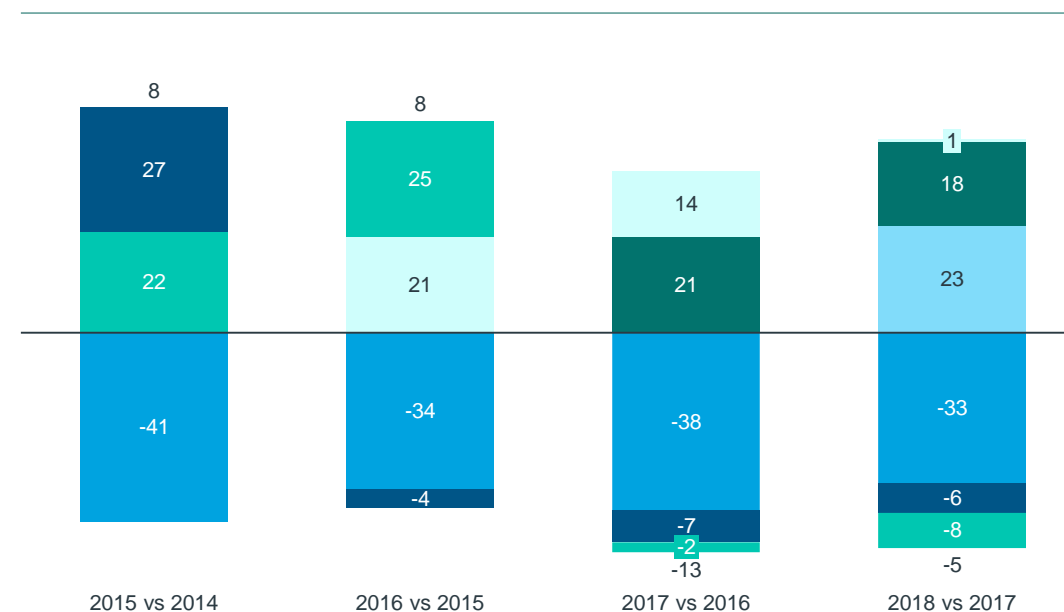
Sólo observamos crecimientos en los lanzamientos durante los dos primeros años desde que un producto sale al mercado

La innovación es clave en este mercado, ya que el volumen de facturación es constante durante los años pero los productos antiguos van perdiendo fuerza para dejar cabida a nuevos lanzamientos

Facturación según año de lanzamiento
(MAT 04/19; M€ PVP)



Aportación de los lanzamientos al crecimiento
(MAT 04/19; M€ PVP)



■ Lanzamientos previos 2014
 ■ Lanzamientos 2014
 ■ Lanzamientos 2015
 ■ Lanzamientos 2016
 ■ Lanzamientos 2017
 ■ Lanzamientos 2018
 ■ Lanzamientos 2019

Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Lanzamientos desde 2014, histórico desde Mat04/2016 – Mat04/2019
*MERCADO OPERACIÓN VERANO: ATAQUE, REDUCCIÓN, CUIDADO Y BELLEZA



La farmacia trabaja activamente esta categoría (que llama Operación Bikini) para responder a una tendencia de belleza y cuidado del consumidor

Logo: PromoFarma.com
 Busca entre 65.000 productos de más de 4.500 marcas
 ACCESO SUSCRIPCIÓN COMPRAR

OFERTAS MARCAS MÁS VENDIDOS BLOG OPERACIÓN BIKINI

COSMÉTICA SALUD HIGIENE DIETÉTICA BEBÉS Y MAMÁS ÓPTICA ORTOPEDIA HERBOLARIO COSMÉTICA NATURAL

Cargando el verano
 DALE PLAY A LA MOTIVACIÓN...

Protección solar PIEL BRONCEADA Y SANA
 Invitada perfecta LÚCETE EN TU EVENTO DEL AÑO
 Operación Bikini LLEGA EN FORMA AL VERANO

¿Estás preparado para el verano?
 ORO PARA TU PIEL
 Menú fresco y sano para el verano

Farmacia Alonso Madrid
 Manuel de Falla, 2 Madrid 28036 España
 Telf: 91 458 08 86 Email: info@farmaciaalmadrid.es

FARMACIA ALONSO EN MADRID NOTICIAS Y CONSEJOS SITUACIÓN CONTACTO

Consejos para adelgazar – Operación Bikini

Con la llegada del buen tiempo, a todos nos entra la preocupación al pensar en ponernos la ropa de verano. En invierno, debido a los excesos y al sedentarismo solemos coger un par de kilos que deseamos perder con urgencia al llegar el verano, lo comúnmente llamado operación bikini.

Lo más importante si queremos perder ese par de kilos de más es tomárselo con calma. Lo recomendable es perder 2 kilos al mes, aproximadamente medio kilo cada semana. Todas las dietas que prometen perder más de esta cantidad suelen provocar efecto rebote, es decir, que al dejar la dieta se cogen más kilos que los que se perdieron. Esto se debe a que suelen ser muy restrictivas y al día siguiente volvemos a comer como antes.

Horario de apertura
 • Lunes a Viernes de 9:00 a 21:00
 • Sábados de 10:00 a 14:00
 • Domingos y festivos cerrado.

Visita nuestra tienda online
<http://www.farmacialoninmadrid.com>

Los mejores consejos para la operación bikini

SAN MATEO farmacia

El Blog de Farmacia Torrent

MIOTRAFARMACIA
 Mi farmacia online, al mejor precio

Envío GRATIS a partir de 65€
 Entrega en 24/48 Horas

Más de 7.000 artículos en tu farmacia online

OFERTAS FARMACIA CESTA 0

CUIDADOS BEBÉ MUJER HOMBRE NUTRICIÓN SALUD SOLARES ÓPTICA ORTOPEDIA MARCAS MEDICAMENTOS

Home / Landings / Operación Bikini

OPERACIÓN BIKINI

Ordenar por: Nombre Precio
 Por página: 48

<p>BIMANAN Bimanan Complet Diet</p> <p>★★★★★</p> <p>49,95€ 31,90 €</p>	<p>XLS MEDICAL XLS Medical CaptaGrasas 90 sticks frutos rojos</p> <p>★★★★★</p> <p>75,50€ 52,85 €</p>	<p>THIOMUCASE Thiomucase Reductor Grasa: crema 200ml+50ml</p> <p>★★★★★</p> <p>35,95€ 26,02 €</p>
--	--	--



Farmacia M^a Julia Campos Acedo

INICIO NOSOTROS ENCARGO EXPRESS TARJETA FIDELIZACI... BLOG CONTACTO

Home > Blog > Operación Bikini, ¡en marcha!

Operación Bikini, ¡en marcha!

19 ABR

La dieta más efectiva para la operación bikini

11/05/2017 Silvia

Llega el buen tiempo y con él la fiebre de ponerse en forma, coger un bonito bronceado y perder unos kilos. Hablamos de la famosa **operación bikini**.





Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de abril 2019

Mayo 2019