

Mercado farmacéutico español

Como es habitual en el periodo estival, destacamos nuevamente el crecimiento de productos solares alcanzando un crecimiento en valores a MAT 08/22 cercano al 23% respecto a MAT 08/21.

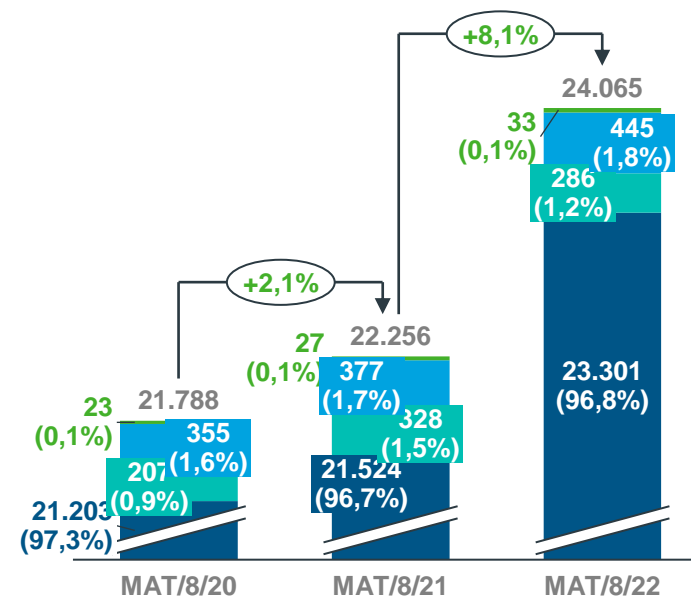
Además, también destaca el crecimiento respecto al año pasado de las lágrimas artificiales. Una de las razones de este crecimiento puede deberse, entre otros factores, a la prolongada exposición a pantallas consecuencia de la modalidad de teletrabajo implantada tras la covid.

Por último, también es destacable en este mes de agosto, el aumento de las vacunas de fiebre tifoidea y de productos antimaláricos los cuales agregados suman un total de 4,7 millones de euros a MAT 08/22. Esto es un indicador también de la recuperación del turismo tras el COVID (viajes al extranjero).

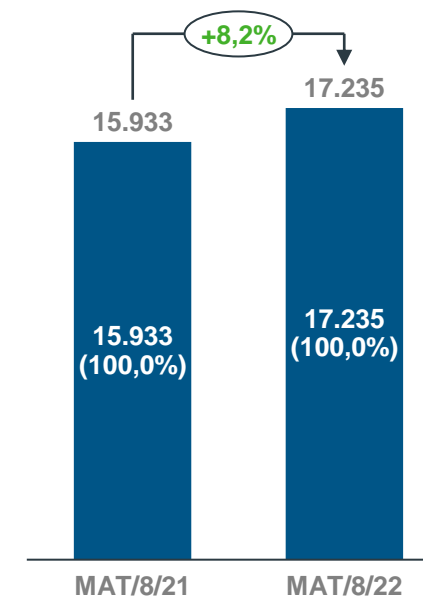
EVOLUCIÓN DEL MERCADO FARMACÉUTICO EN ESPAÑA

■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

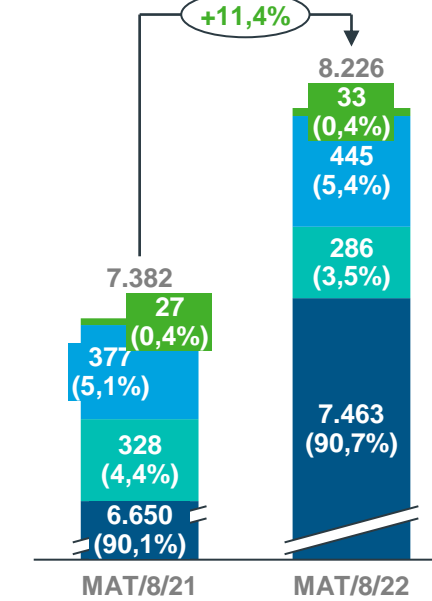
Total mercado farmacéutico



Medicamentos

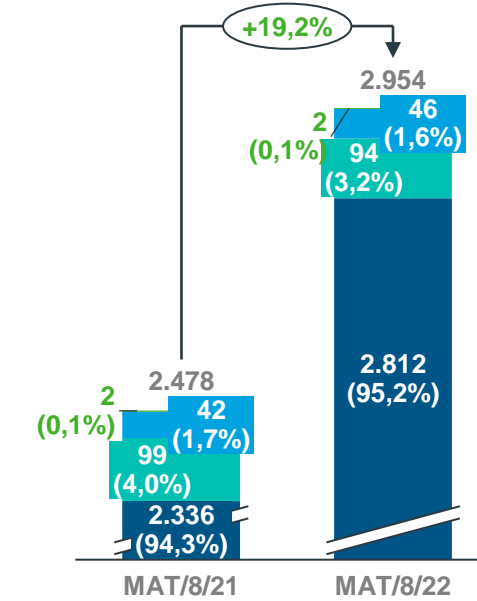


Consumer Health



Productos OTC

Productos Over the Counter – Consumer Health

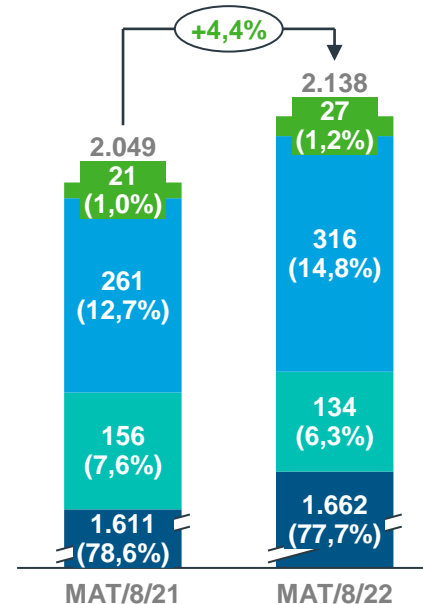


TOP 3 OTC2

- 01A PRODUCTOS PARA TOS
- 01B ANTIGRIP/ANTICAT
- 02A ANALGESICOS GENER

Productos PEC

Cuidado Personal – Consumer Health

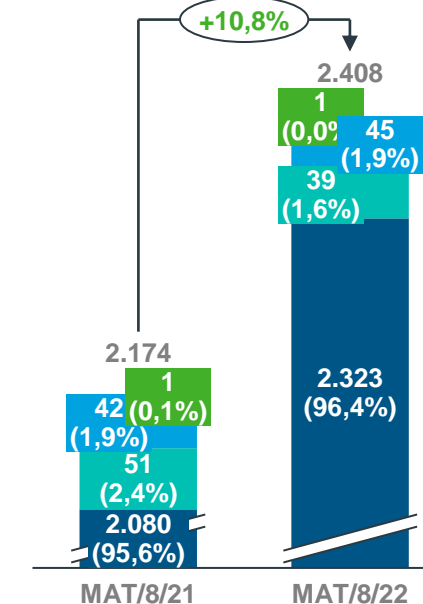


TOP 3 OTC2

- 83F PRODUCTOS SOLARES
- 82B PROD ESPEC CUID FAC MUJER
- 86H PROD ESPECIFIC CUID PELO

Productos PAC

Cuidado del Paciente – Consumer Health

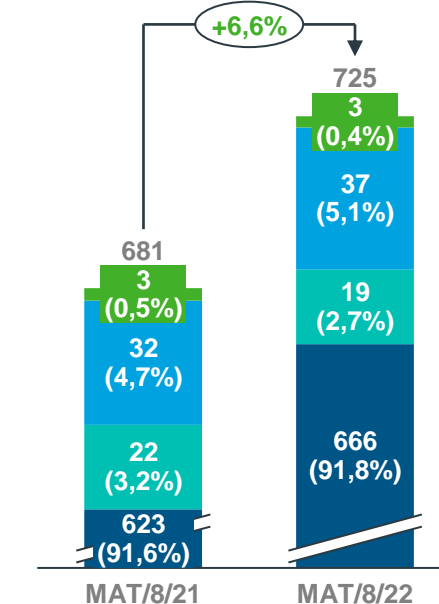


TOP 3 OTC2

- 56T TESTS DE CORONAVIRUS
- 52B PRO INCONT MOD/FUERT/SEV
- 49C TIRAS ESPEC+PROTECTORES

Productos NUT

Nutrición – Consumer Health



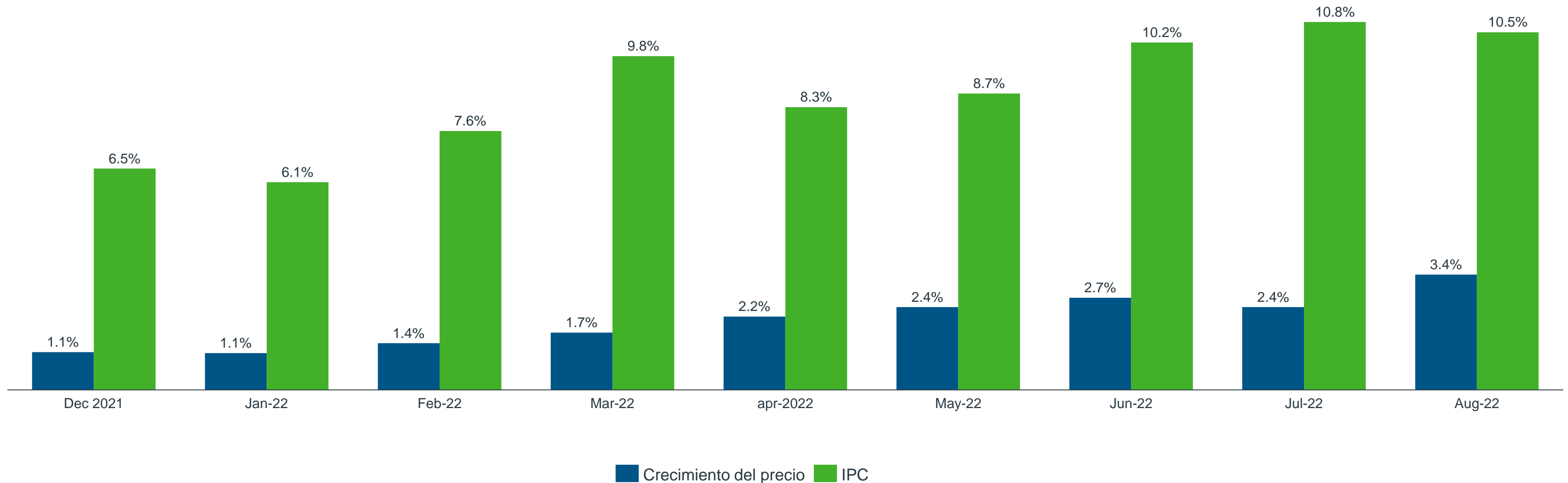
TOP 3 OTC2

- 30A DIETAS COMPLETAS
- 35G LECHES PARA NINOS
- 30B SUPLEMENTOS NUTRICIONALES

TOP ATC2/OTC2 según aportación al crecimiento en cada uno de los segmentos en los que se divide en mercado farmacéutico (M € PVP)
Semi-éticos y medicamentos publicitarios dentro de OTC forman parte tanto del mercado de medicamentos como del mercado de Productos OTC

El crecimiento de precios en el mercado CH se sitúa en agosto en el 3,4%, aún lejos de los niveles del IPC (10,5%)

Evolución interanual del precio promedio de las top 100 referencias del mercado CH excluyendo medicamentos publicitarios y categorías COVID y comparativa con la evolución del IPC





INFORME TENDENCIAS DEL MERCADO FARMACÉUTICO

Agosto 2022



Destacan este mes

1

Lágrimas artificiales

En el último año destacamos el crecimiento del +8,4% en valores de las lágrimas artificiales (vs MAT 08/21).

Este crecimiento puede deberse a la normalización del teletrabajo tras la pandemia, que ha desencadenado en un mayor número de horas expuestas a pantallas, así como al aumento en este mes de agosto de actividades en piscinas con cloro e instalaciones cerradas con aire acondicionado y que pueden irritar la película lagrimal de los ojos.

2

Botiquín viajero

La eliminación de limitaciones para viajar a países exóticos que se instauraron con motivo de la pandemia, ha permitido que las vacunas utilizadas para viajar y productos antimaláricos crezcan con respecto al año pasado, si bien es cierto que aún no alcanzan los niveles prepandémicos (2019).

Concretamente destacan los crecimientos de los productos antimaláricos (+186%) y la vacuna de la fiebre tifoidea (+319%).

3

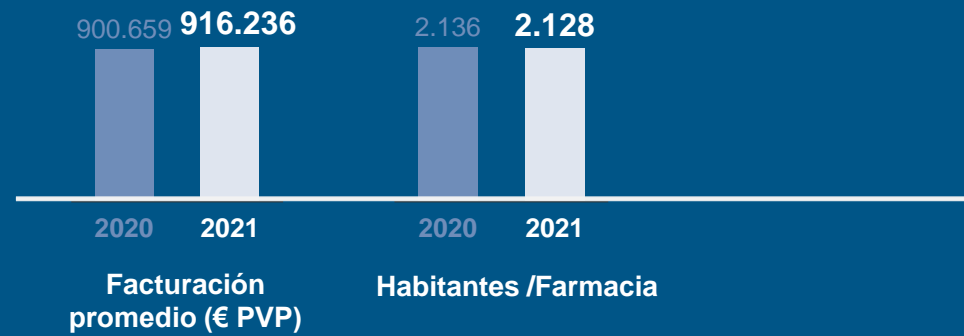
Mercado solares

El mercado de solares presenta en el último año (vs MAT 08/21) un crecimiento en valores cercano al 23% y en unidades al 21%.

Los protectores solares para adulto, líderes dentro del mercado de solares, alcanzan a MAT 08/22 los 203 millones de euros. Destacan en esta categoría Isdin, Cantabria Labs y Avene.

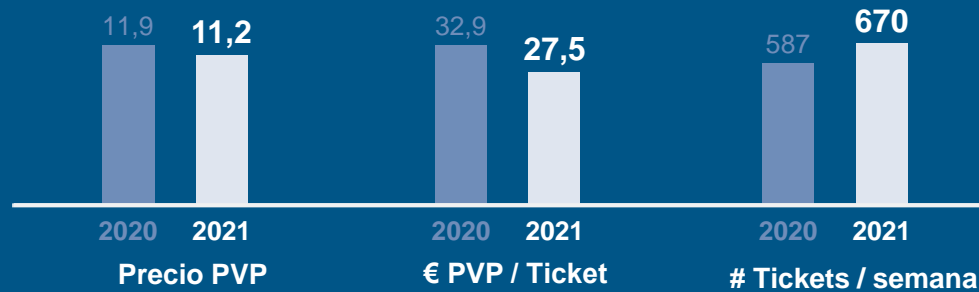
Fotografía de la farmacia española

Universo Farmacias compuesto por 22.238 farmacias



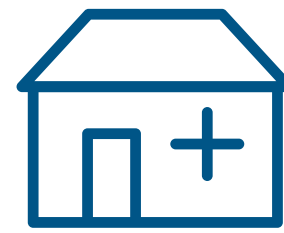
PVP, tickets y tráfico promedio

Dato de 2021 año cerrado



Consumo Medio en Volumen y Valor

Dato de 2021 año cerrado



22.238 farmacias

↑ + 0,3%

Desglose de facturación por tipología de farmacia

A: top 20% farmacias
B: siguiente 30% farmacias
C: 50% restante

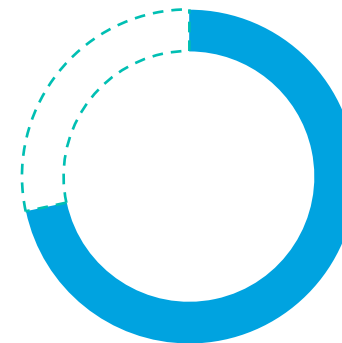
Facturación Promedio **TOTAL**
916.236 €

+0,9%



Facturación Promedio **MEDICAMENTOS**
677.076 €

+1,2%

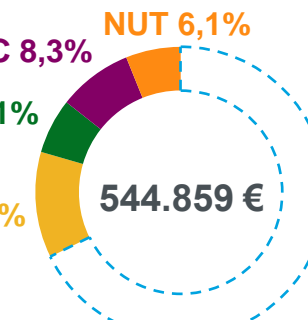
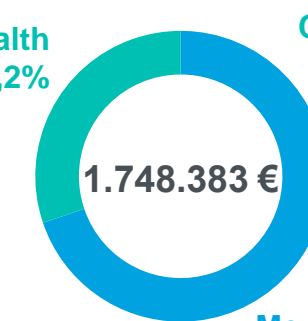


Facturación Promedio **CONSUMER HEALTH**
267.630 €

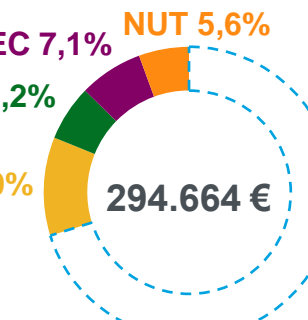
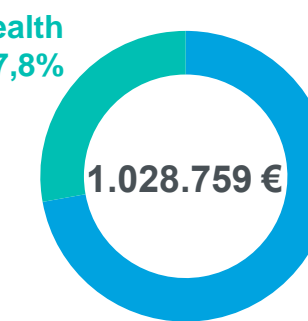
-0,3%



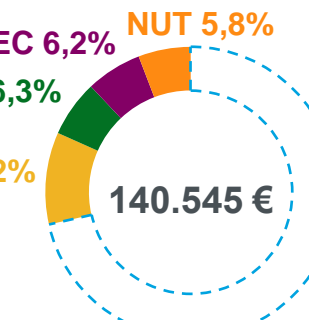
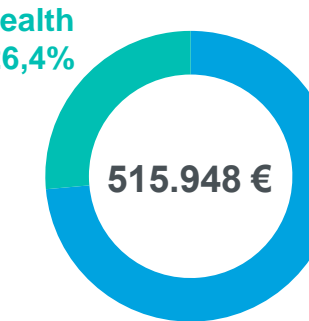
A
4.447



B
6.671



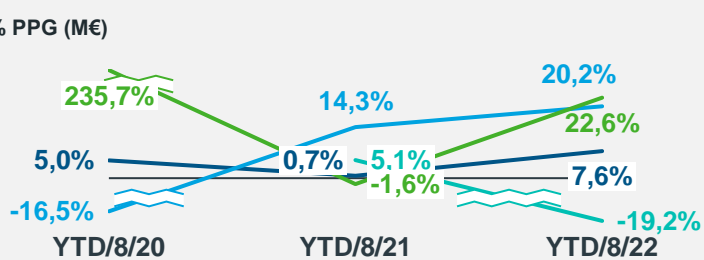
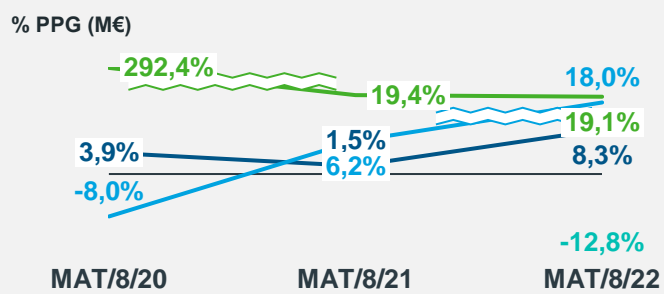
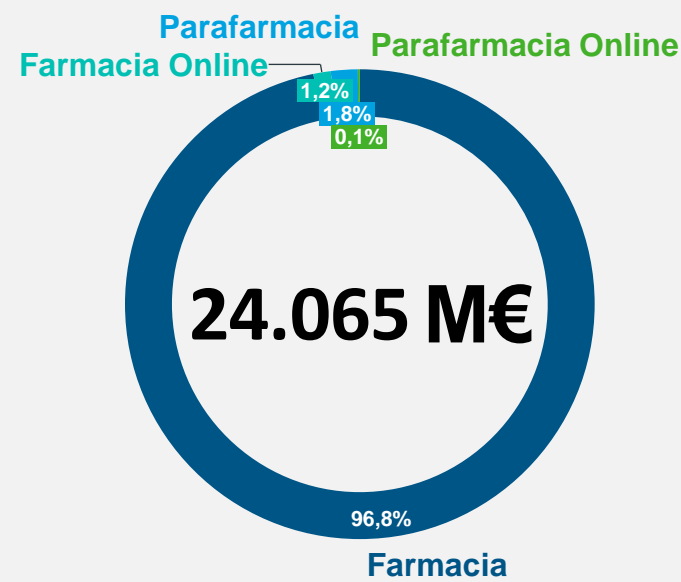
C
11.120



Mercado farmacéutico español

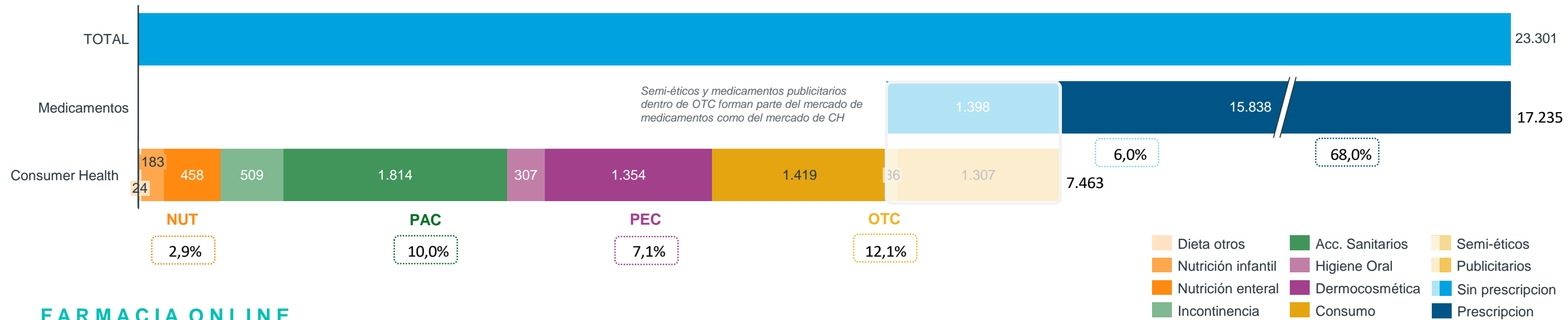
Medicamentos y productos de Consumer Health en farmacia, farmacia online, parafarmacia y parafarmacia online (MAT 8 / 22)

Distribución y evolución por canal

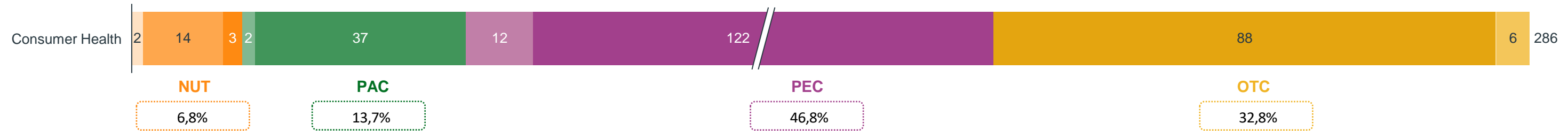


Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

FARMACIA



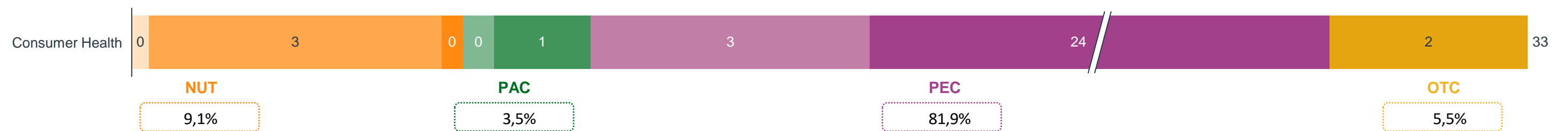
FARMACIA ONLINE



PARAFARMACIA



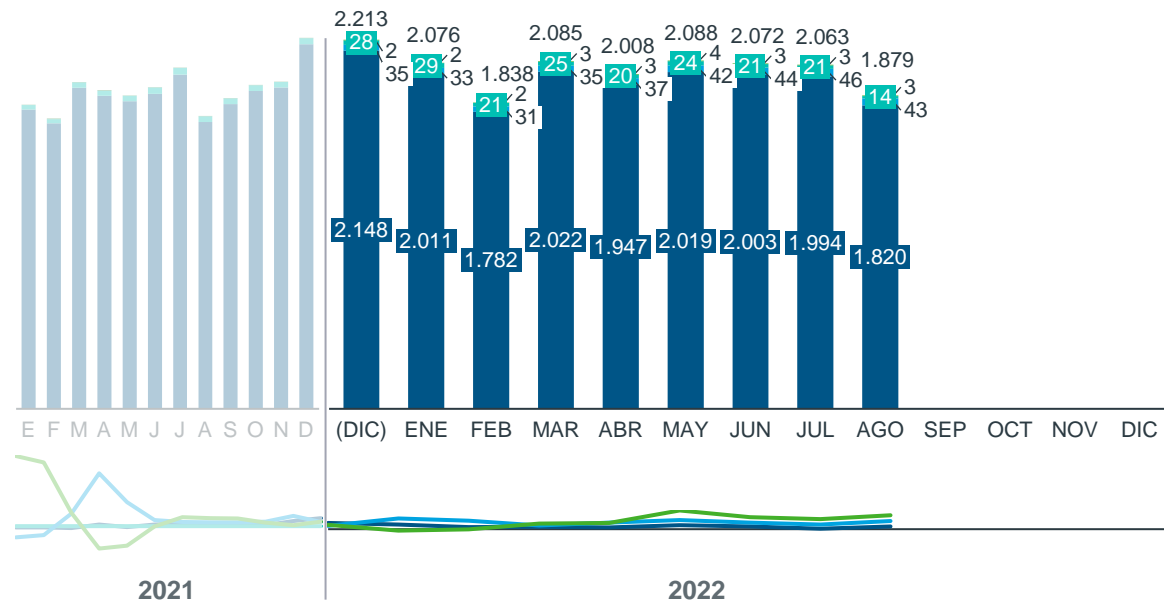
PARAFARMACIA ONLINE



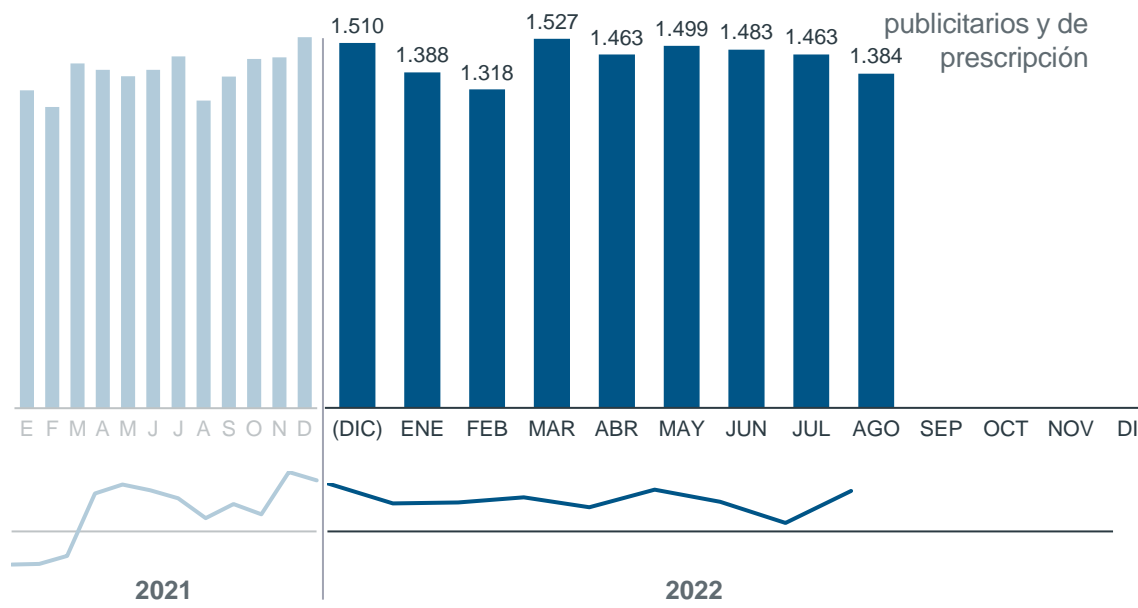
Grandes segmentos

Evolución en absolutos (€ PVP) y crecimientos interanuales por mes y por canal: **farmacia**, **farmacia online**, **parafarmacia** y **parafarmacia online**

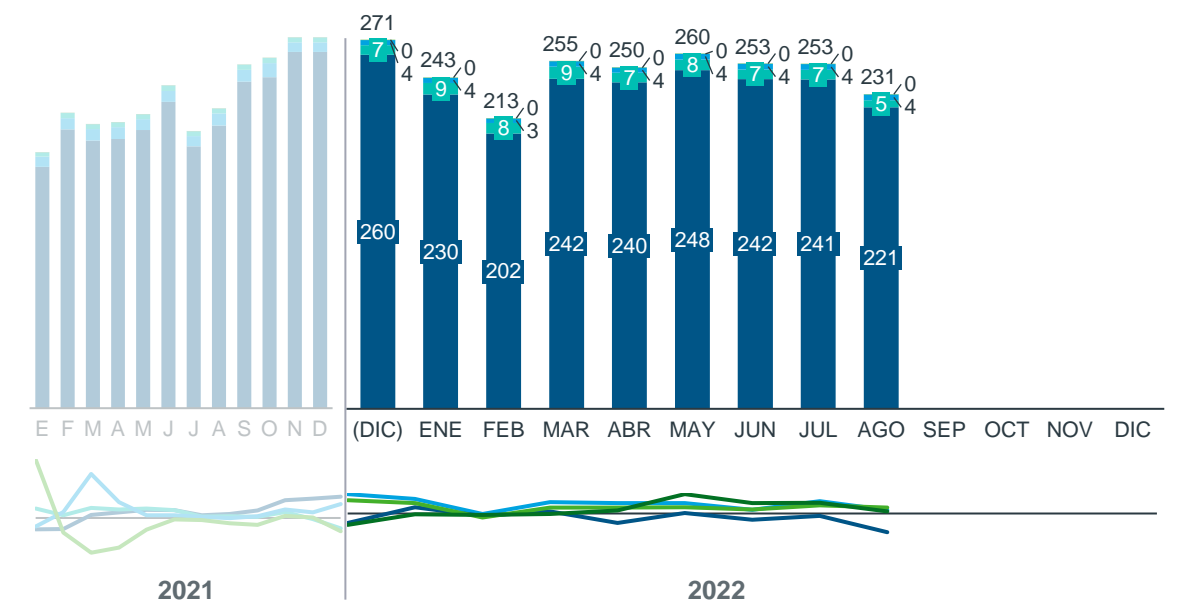
Total mercado farmacéutico



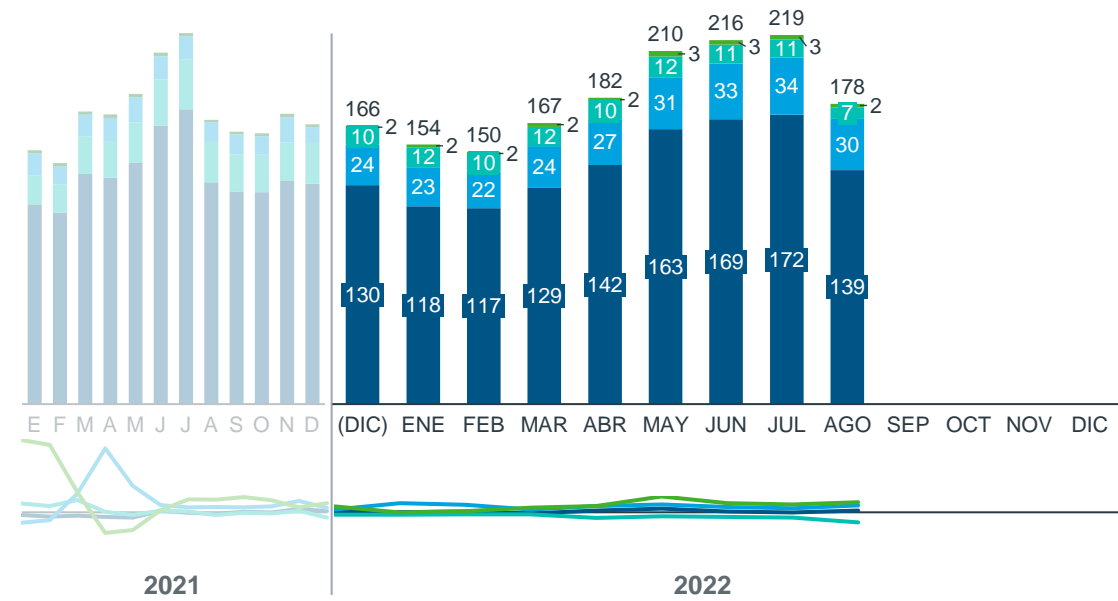
Medicamentos



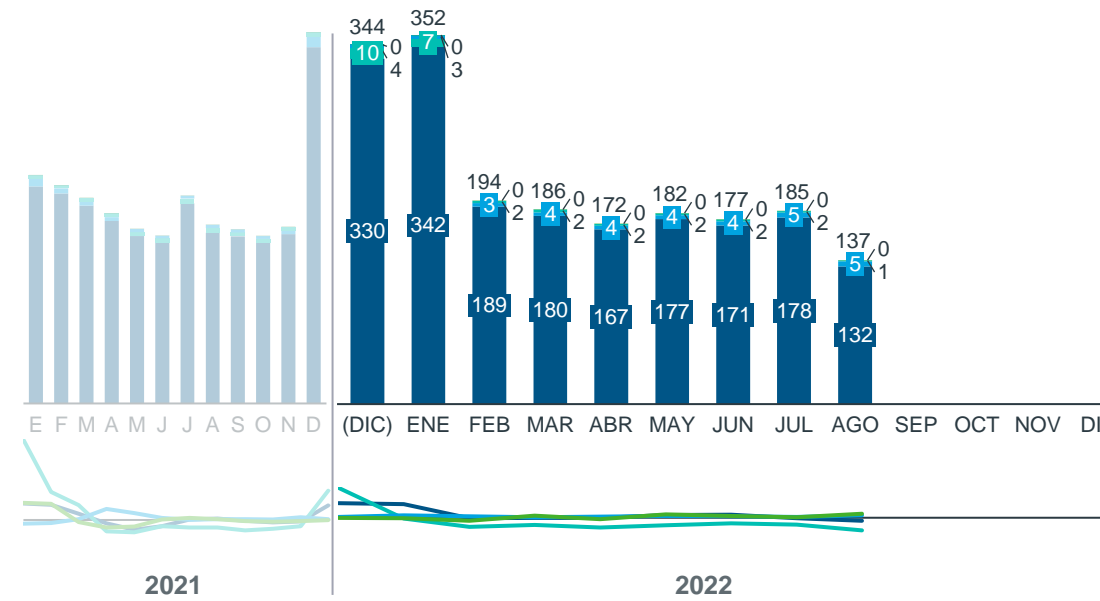
Productos OTC



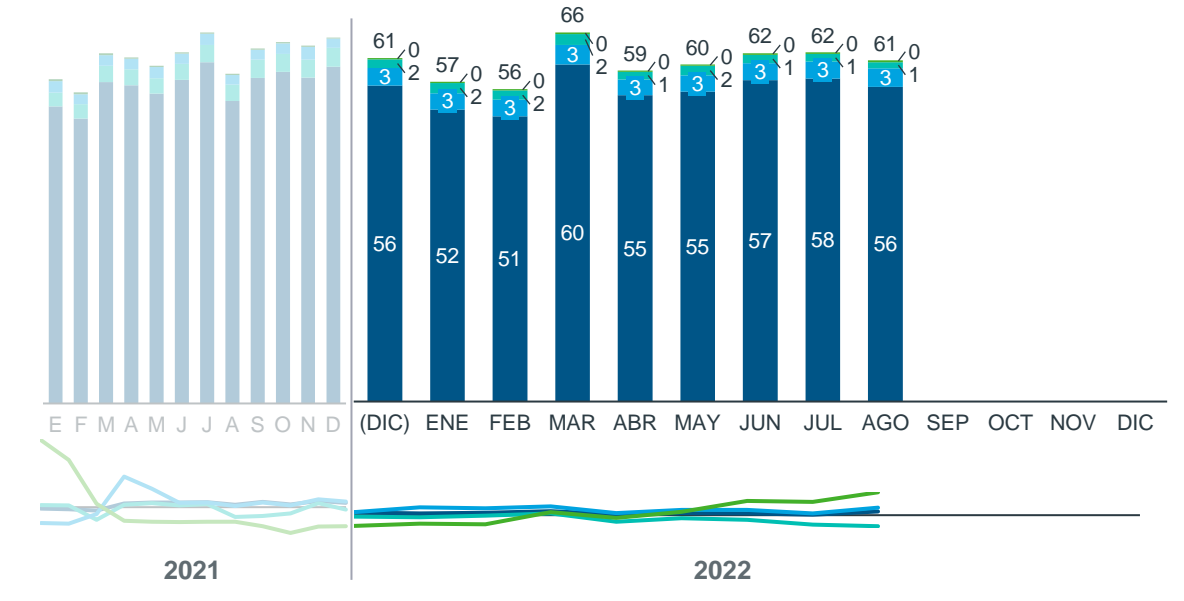
Productos PEC



Productos PAC



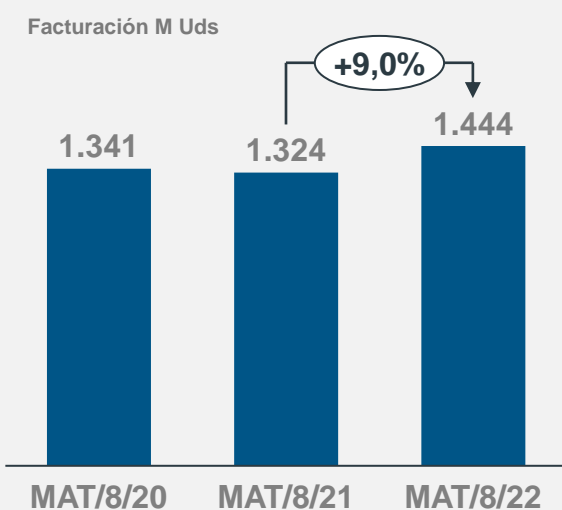
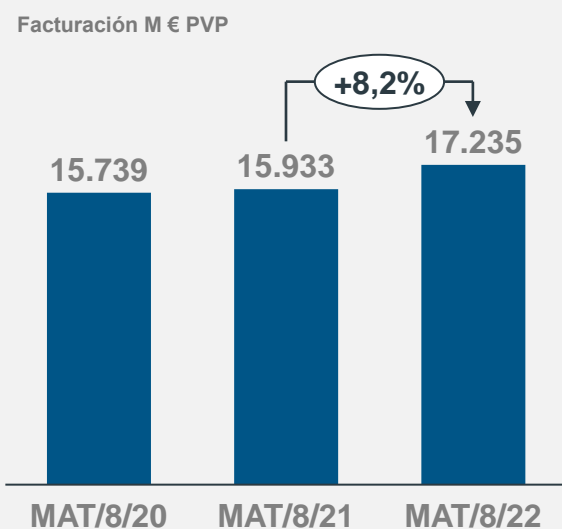
Productos NUT



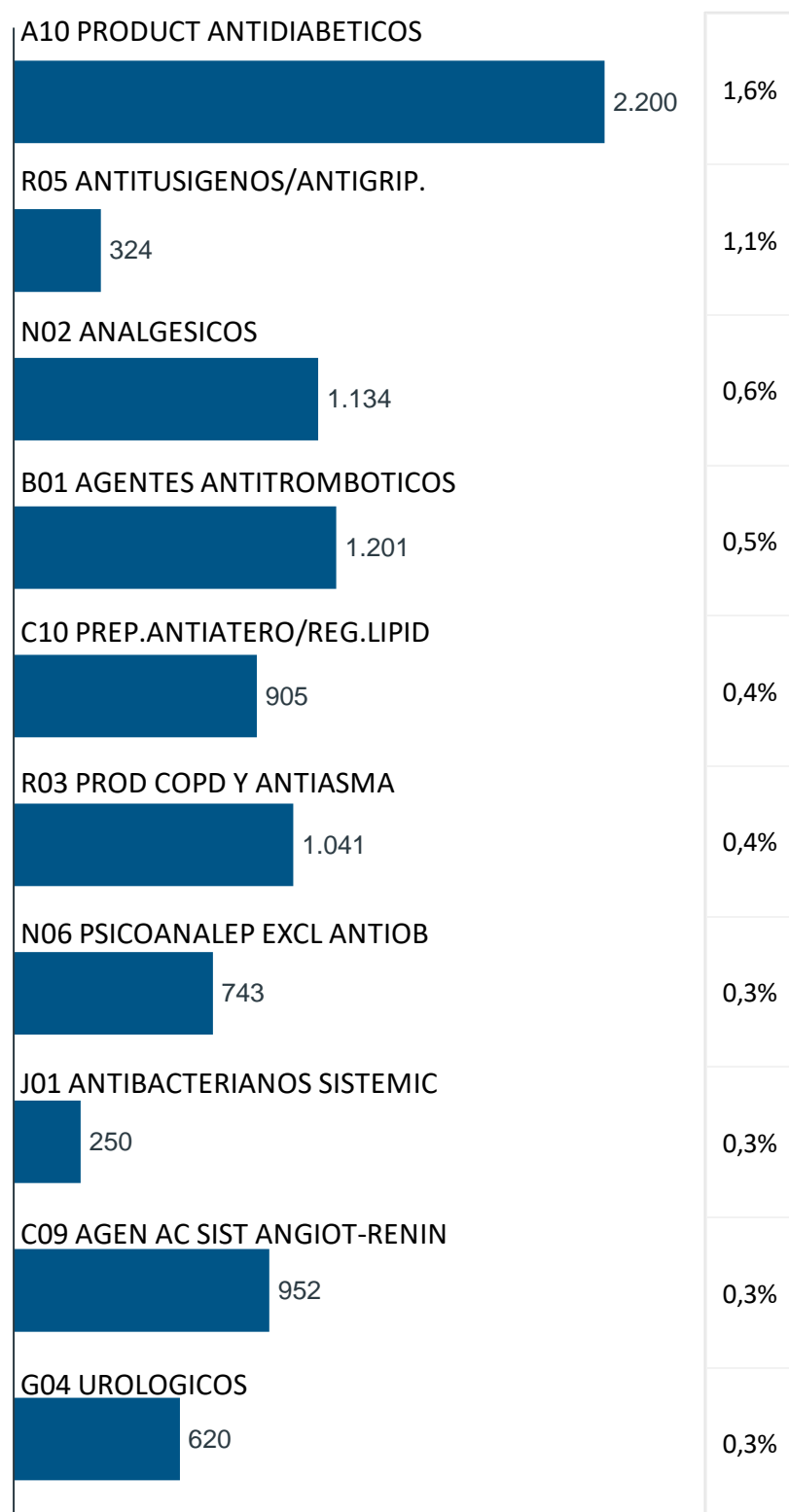
Medicamentos

Antidiabéticos y antitusivos/antigripales son los que más favorecen al crecimiento del segmento

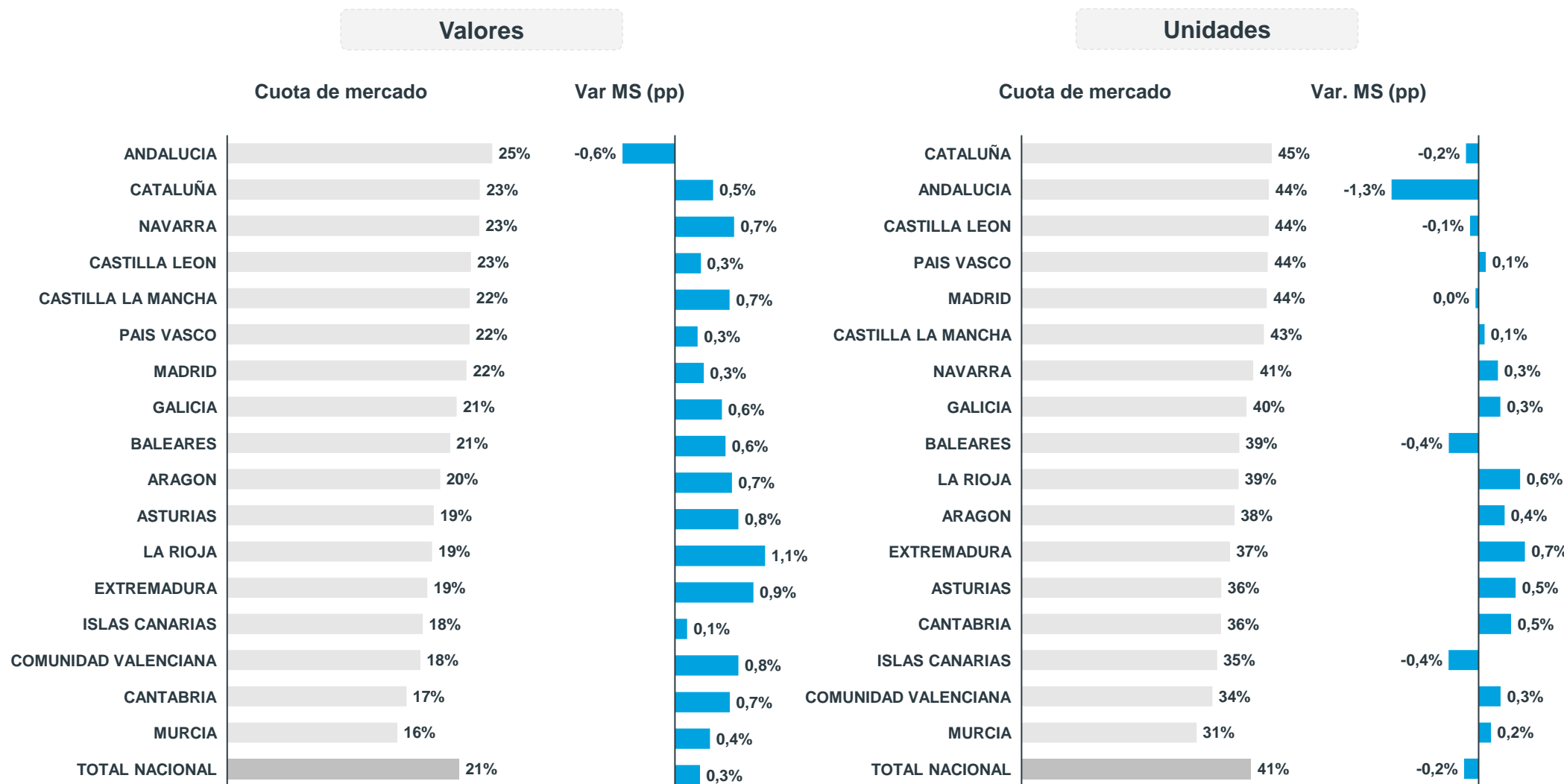
Medicamentos



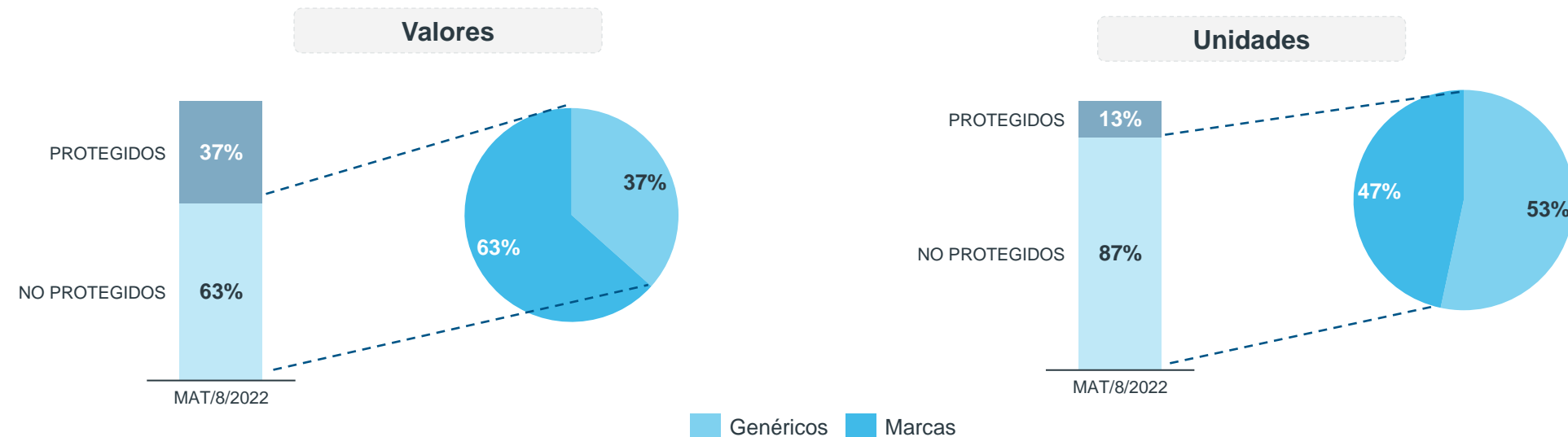
Facturación de las ATC 2 con mayor aportación al crecimiento* (%) - M € PVP a MAT 8/2022



Cuota de mercado de los genéricos y variación por CCAA (MAT 8/2022)



Mercado protegido y no protegido (MAT 8/2022)



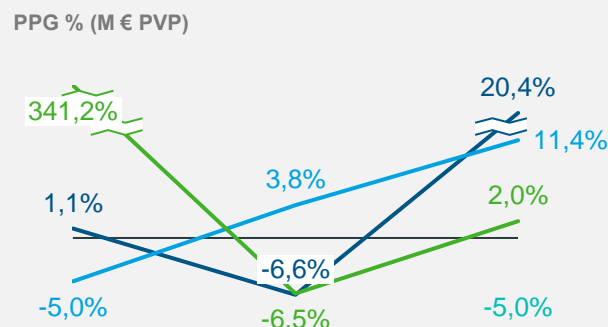
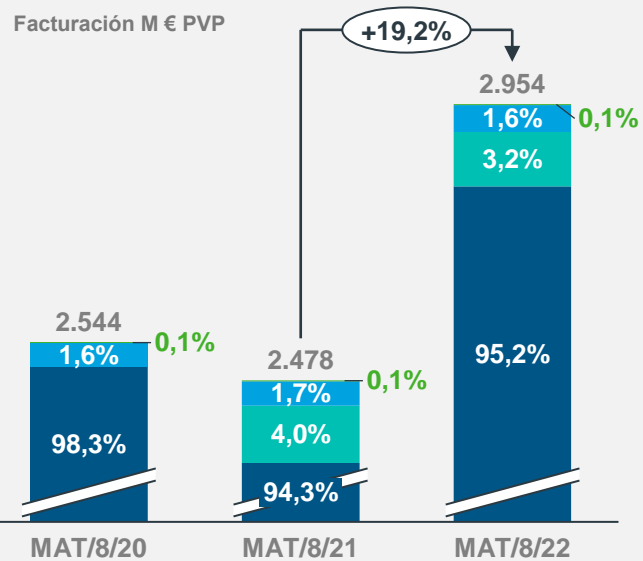
Se incluyen en "Protegidos" aquellos medicamentos con deducciones del 4%, 7,5% y 15%. Están incluidos aquellos medicamentos con deducciones publicadas a fecha de agosto 2022 para todos los periodos.
 Se incluyen dentro del segmento medicamentos productos semiéticos, Medicamentos publicitarios y de prescripción.
 *Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior

OTC

Las clases que más aportan al crecimiento son aquellas relacionadas con enfermedades respiratorias

Segmento OTC

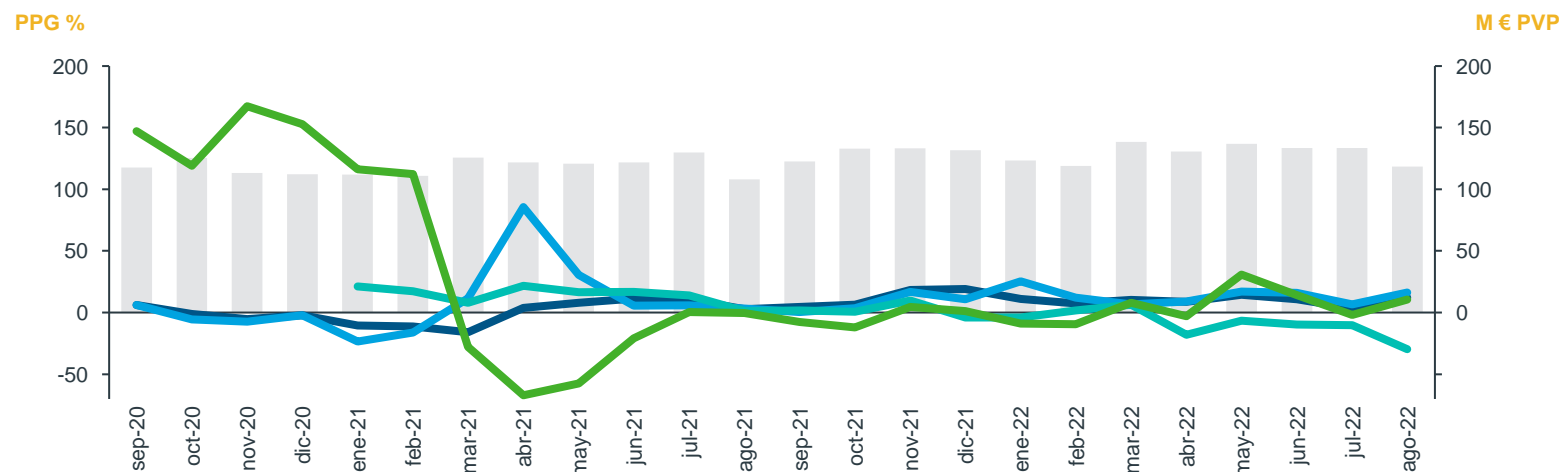
■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online



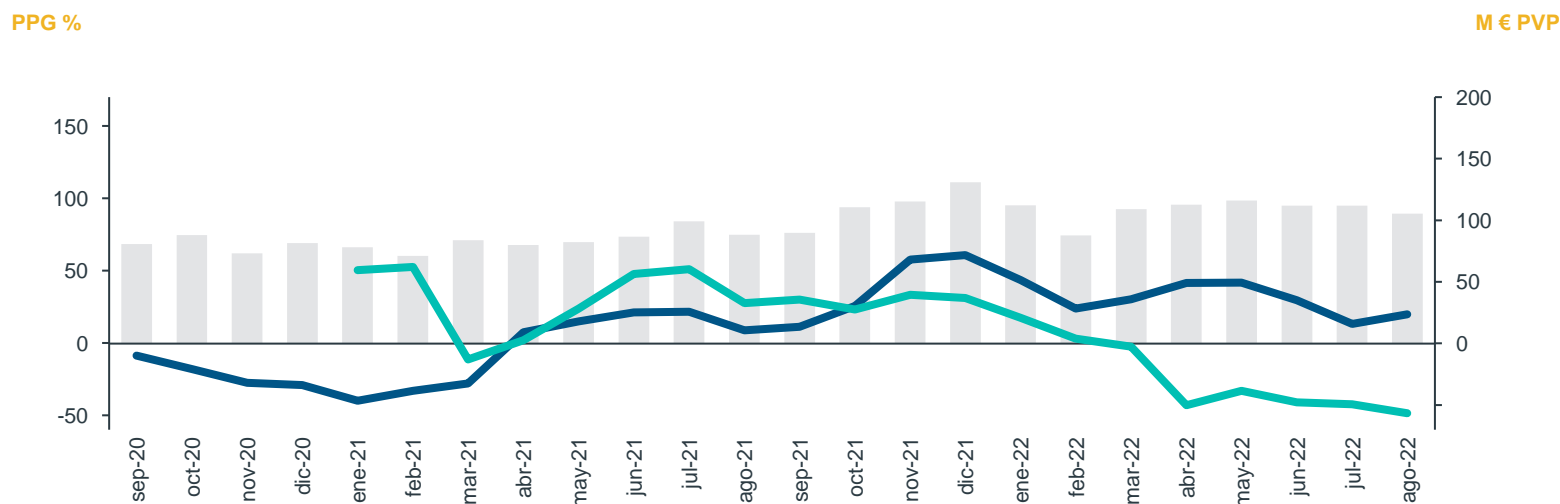
Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

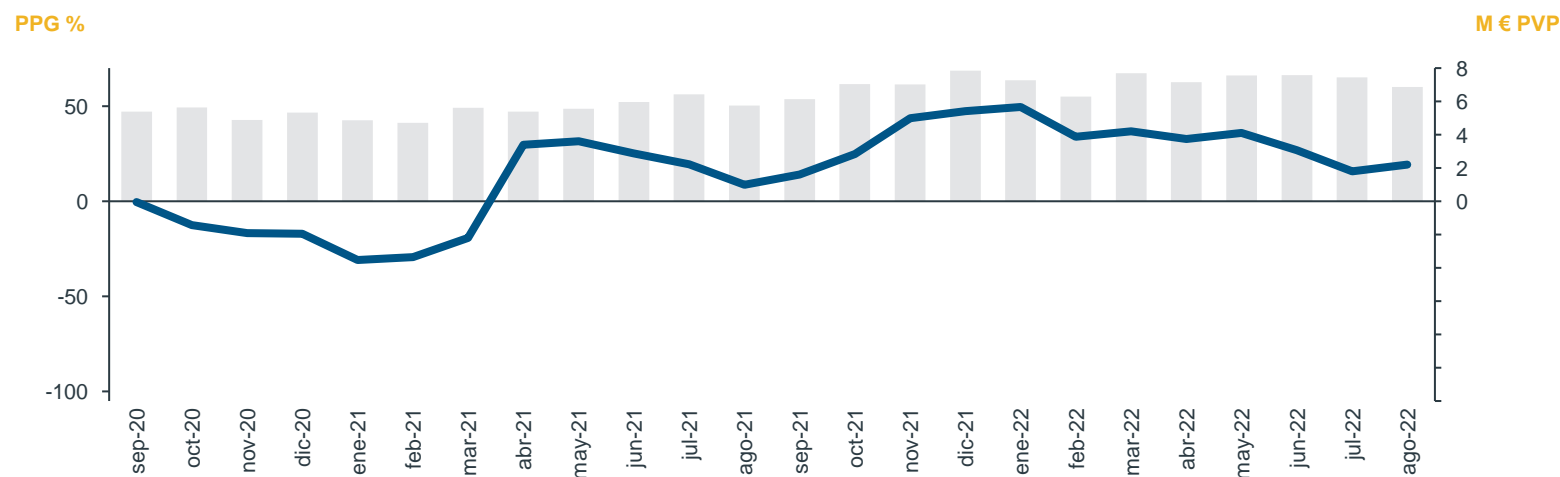
PRODUCTOS DE CONSUMO Y OTROS



PRODUCTOS PUBLICITARIOS



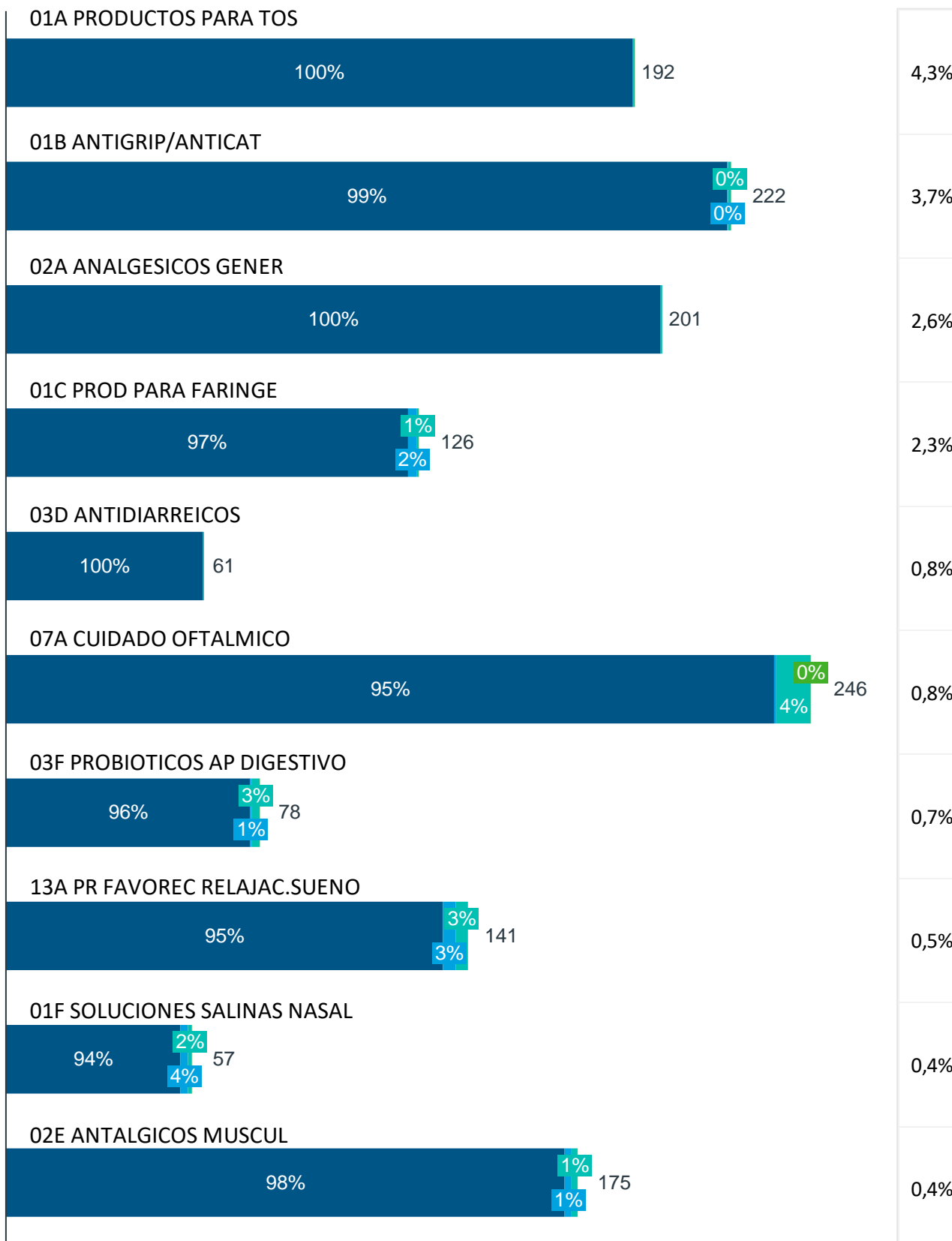
PRODUCTOS SEMIÉTICOS



*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior



Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 8/2022

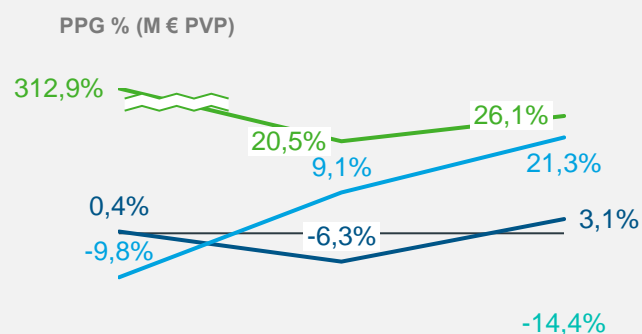
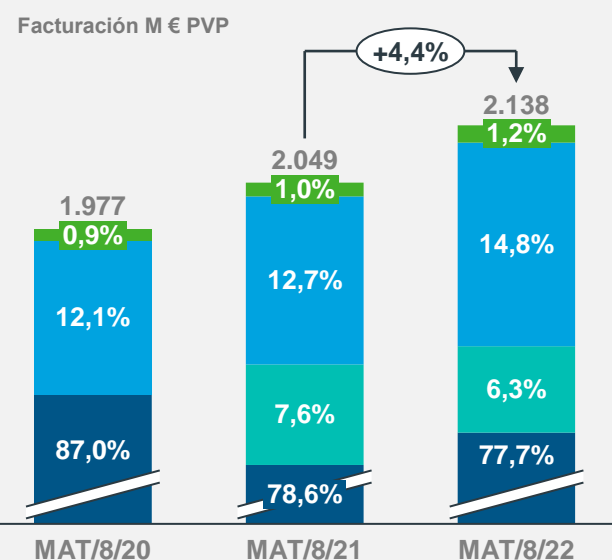


PEC

Destaca en el mes el crecimiento de la categoría de solares. Así como productos específicos de cuidado facial de la mujer

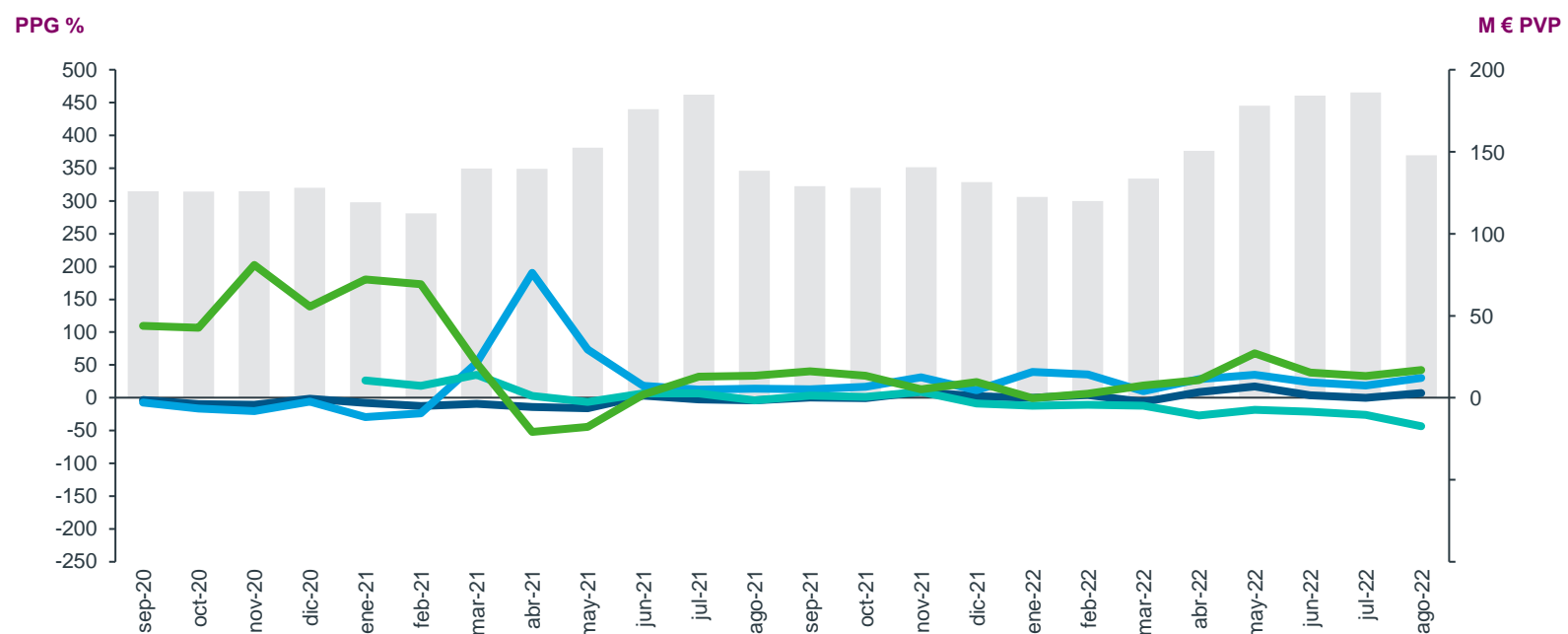
Segmento PEC

■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

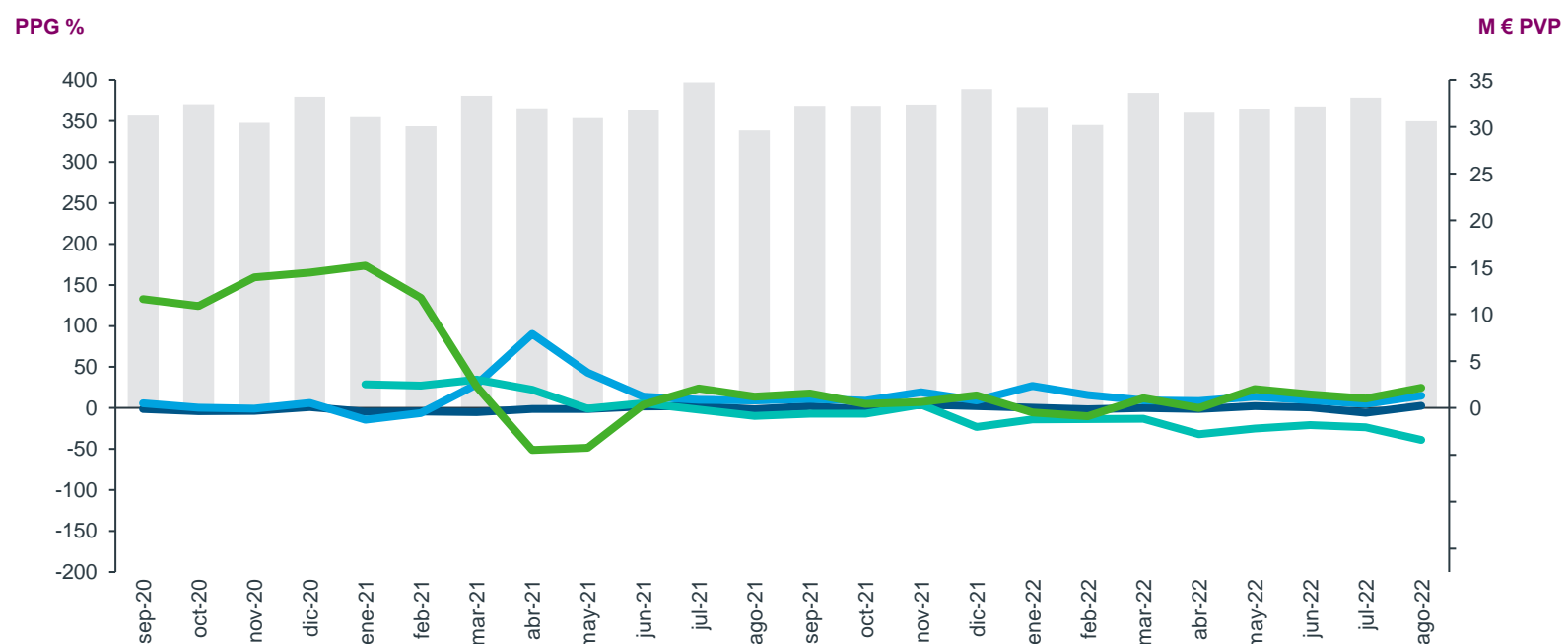


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

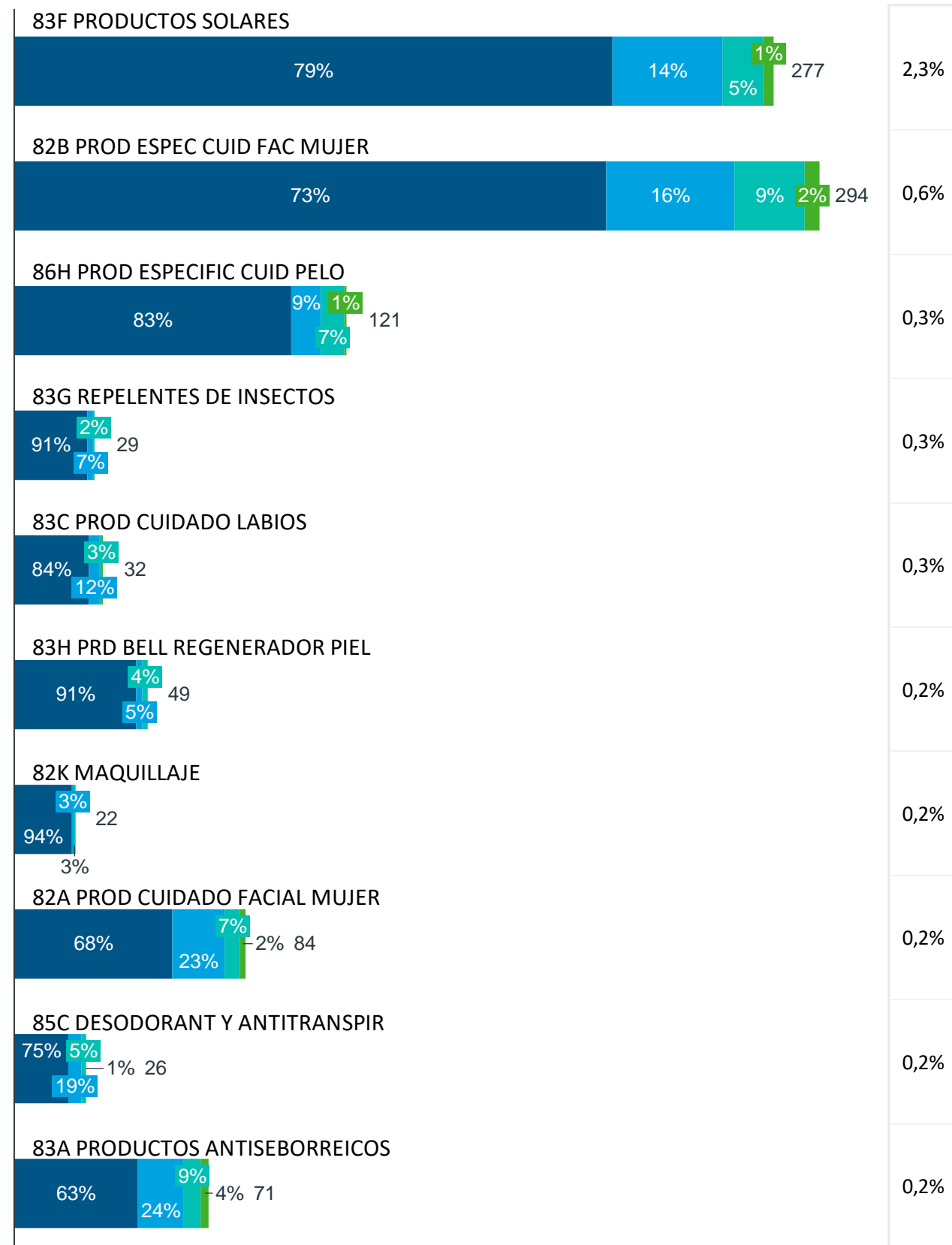
PRODUCTOS DE DERMOCOSMÉTICA



PRODUCTOS DE HIGIENE ORAL



Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 8/2022



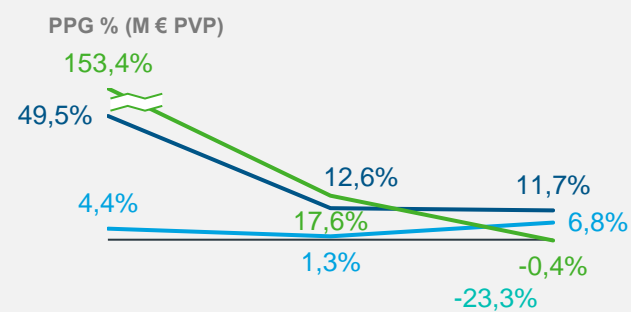
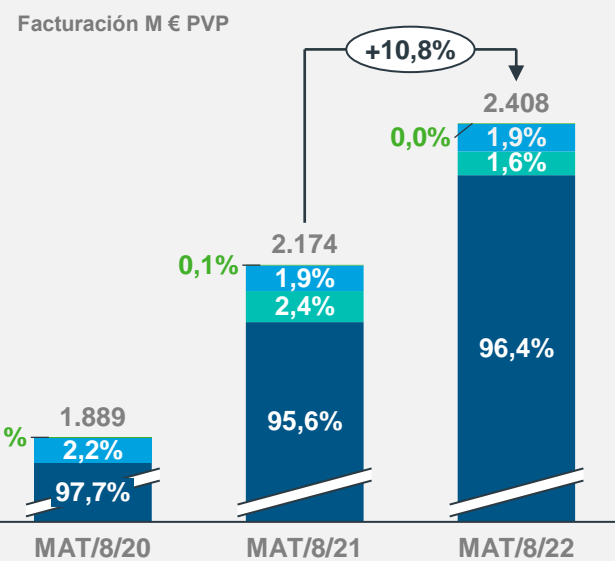
*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior

PAC

Test de antígenos es la clase que de nuevo aporta más al crecimiento de este segmento

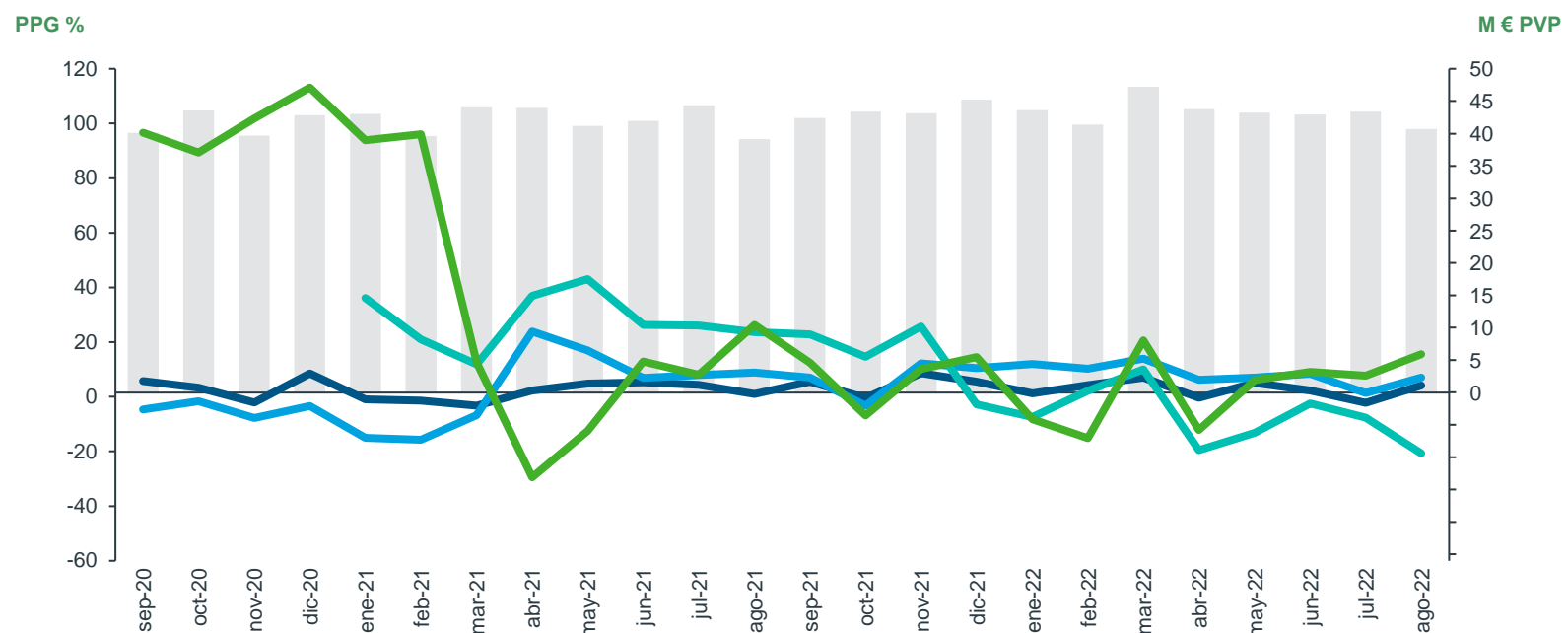
Segmento PAC

■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

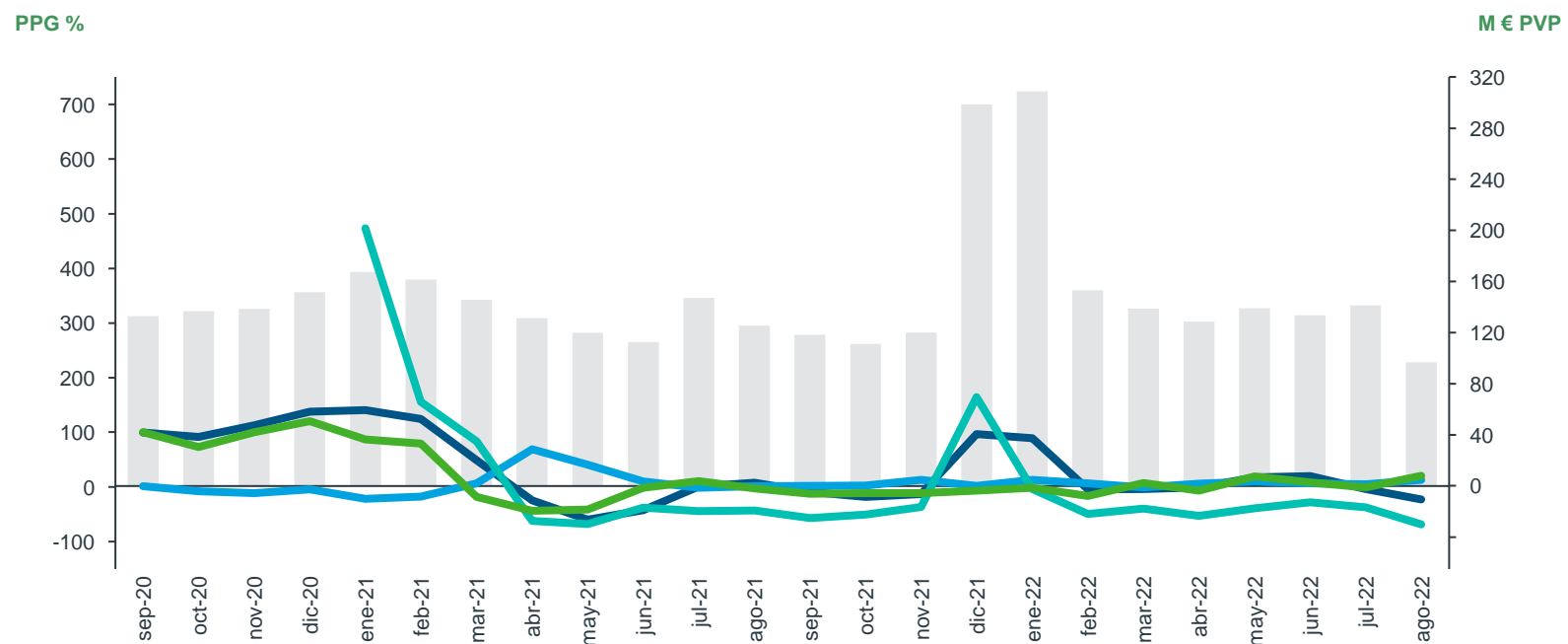


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

PRODUCTOS DE INCONTINENCIA



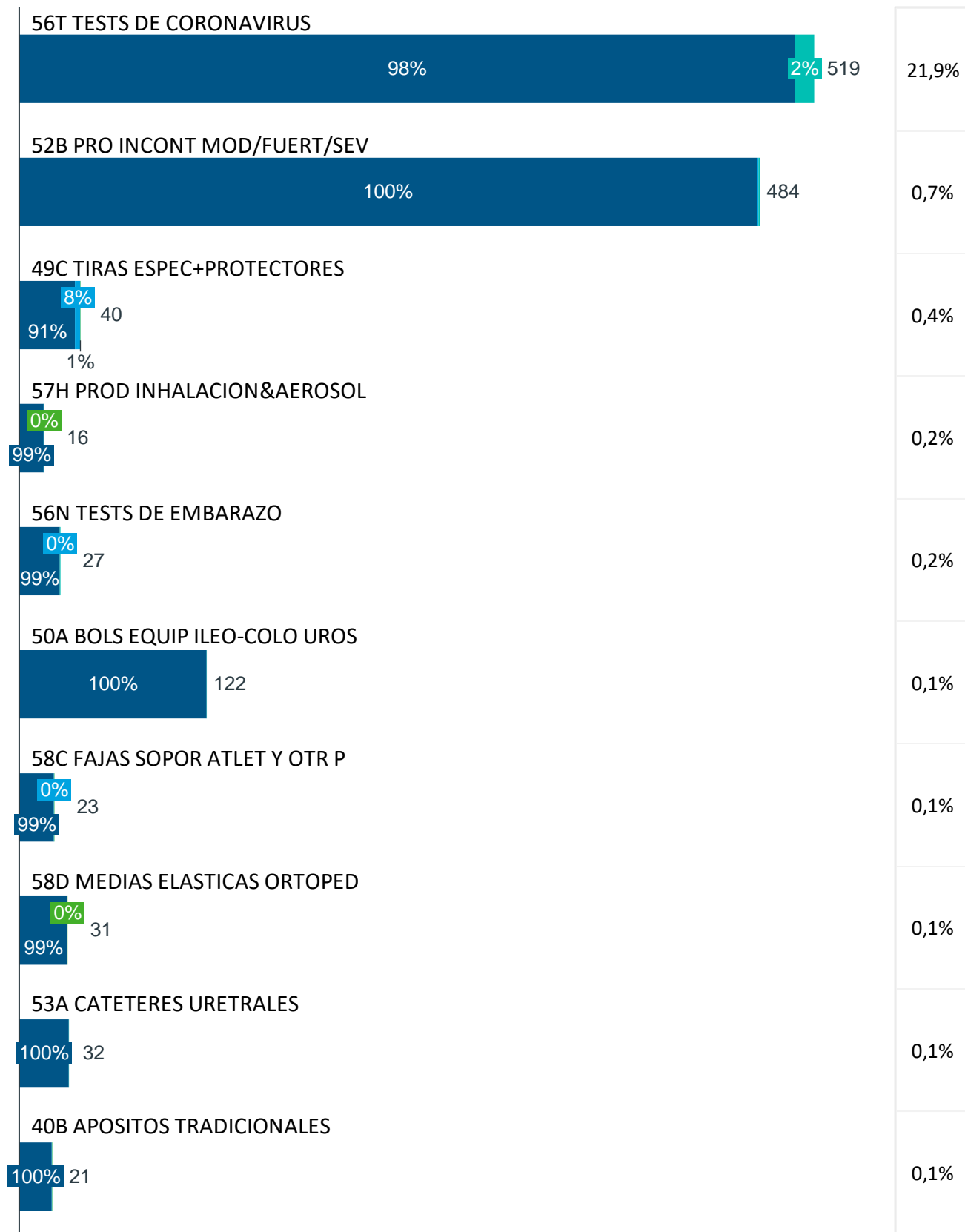
ACCESORIOS SANITARIOS



*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior



Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 8/2022

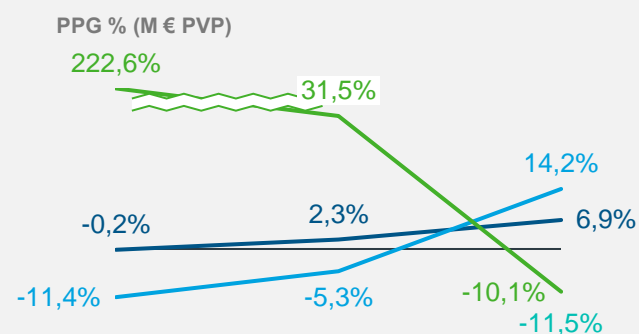
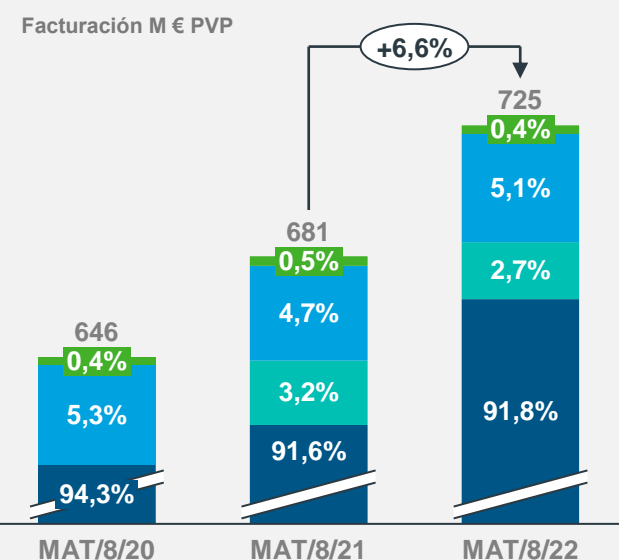


Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

NUT

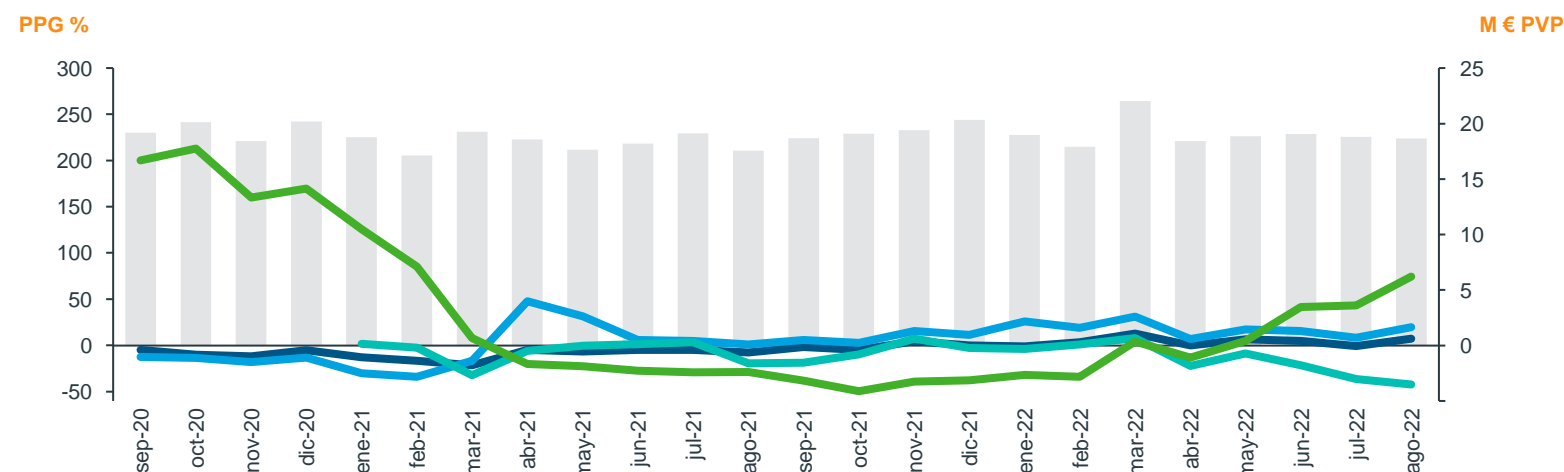
Dietas completas y leches para niños son los productos que más aportan al crecimiento del segmento

Segmento NUT

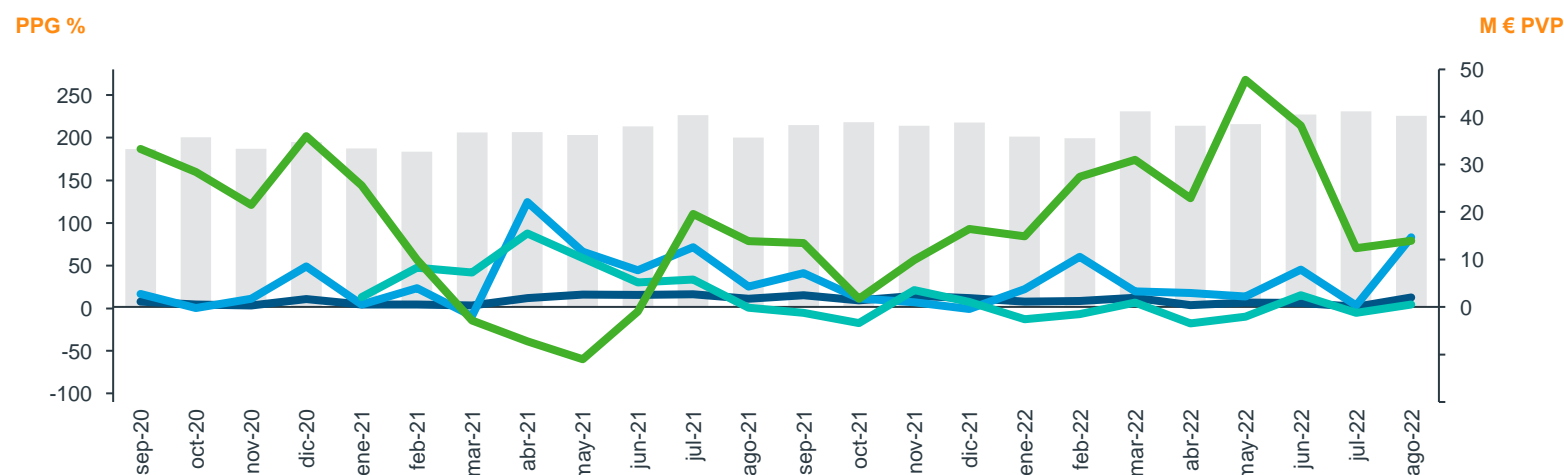


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

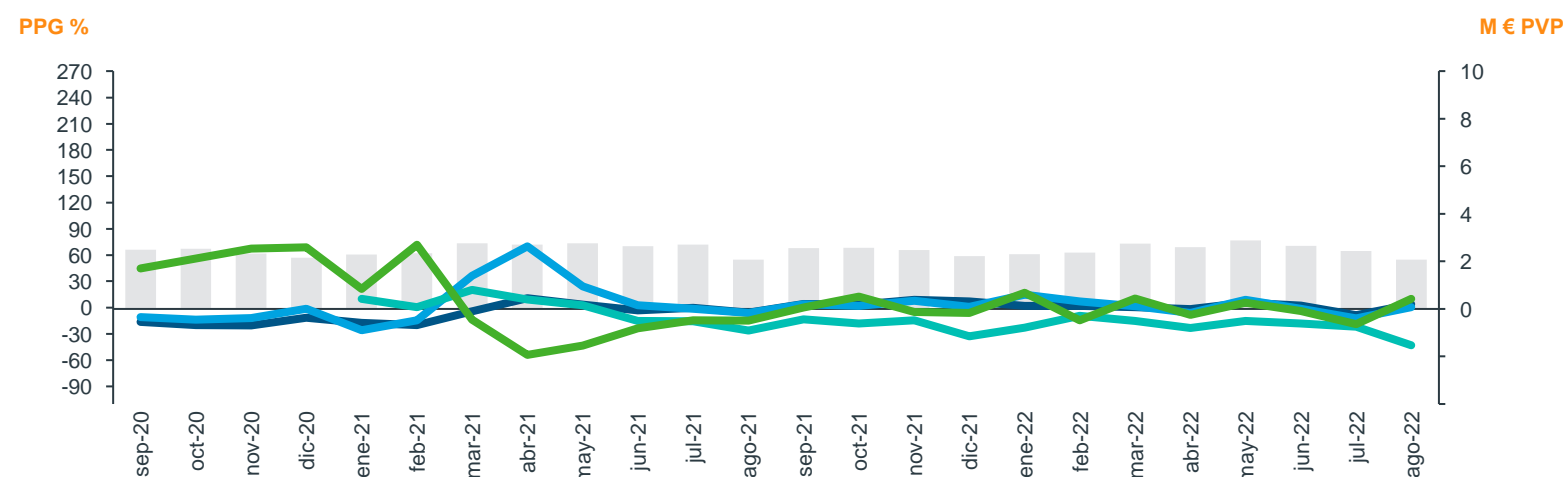
NUTRICIÓN INFANTIL



NUTRICIÓN ENTERAL



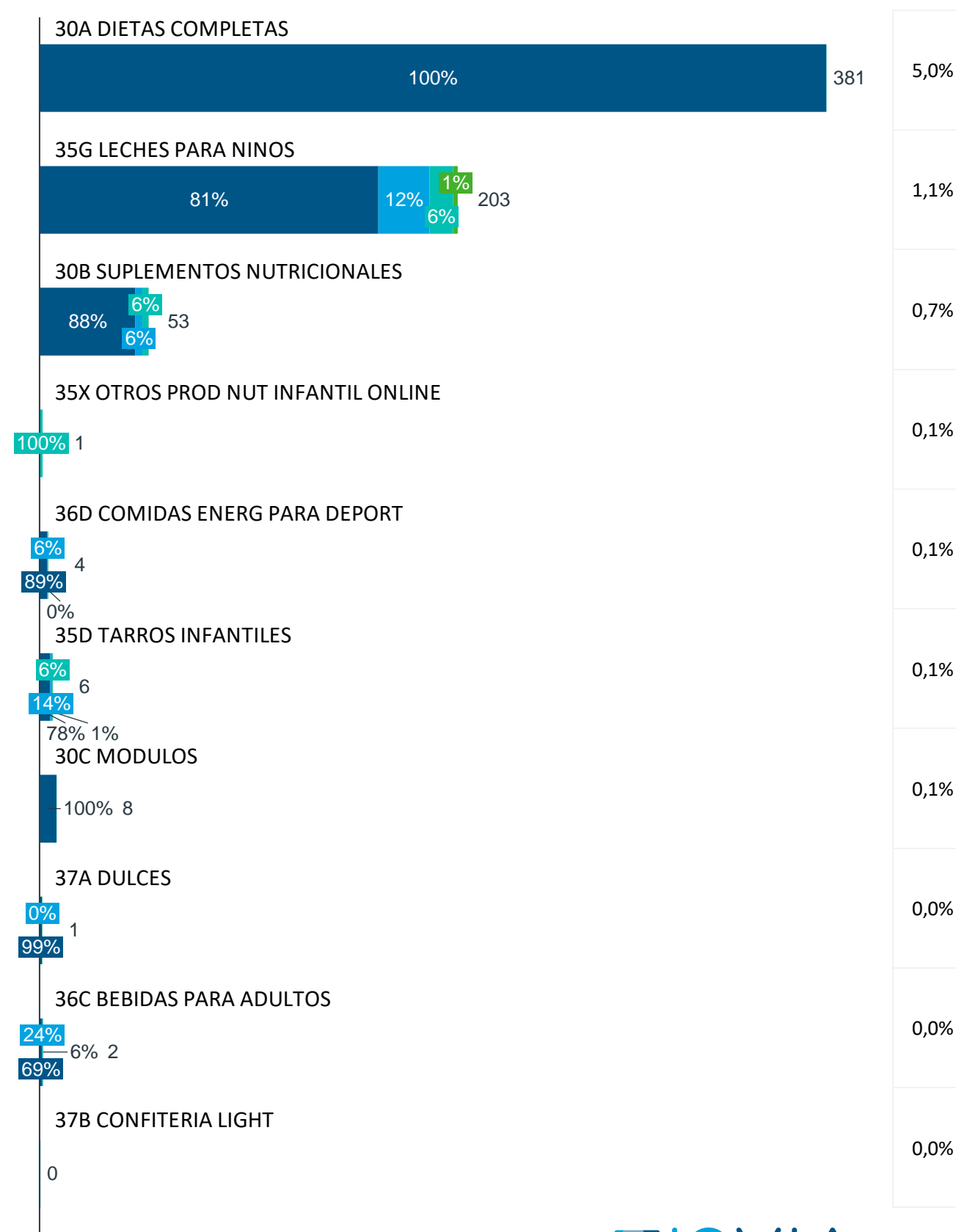
DIETA OTROS



*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior

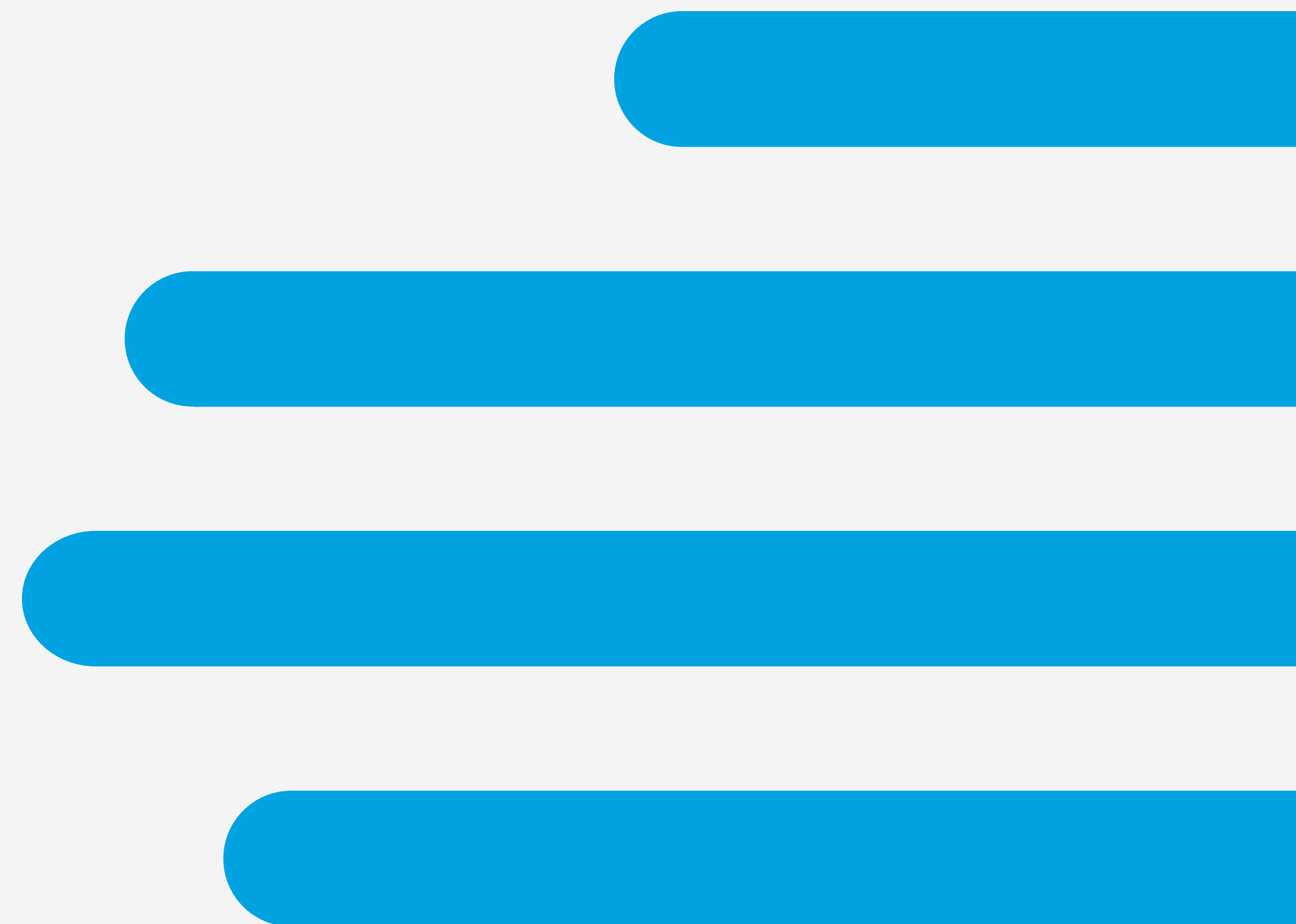


Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 8/2022



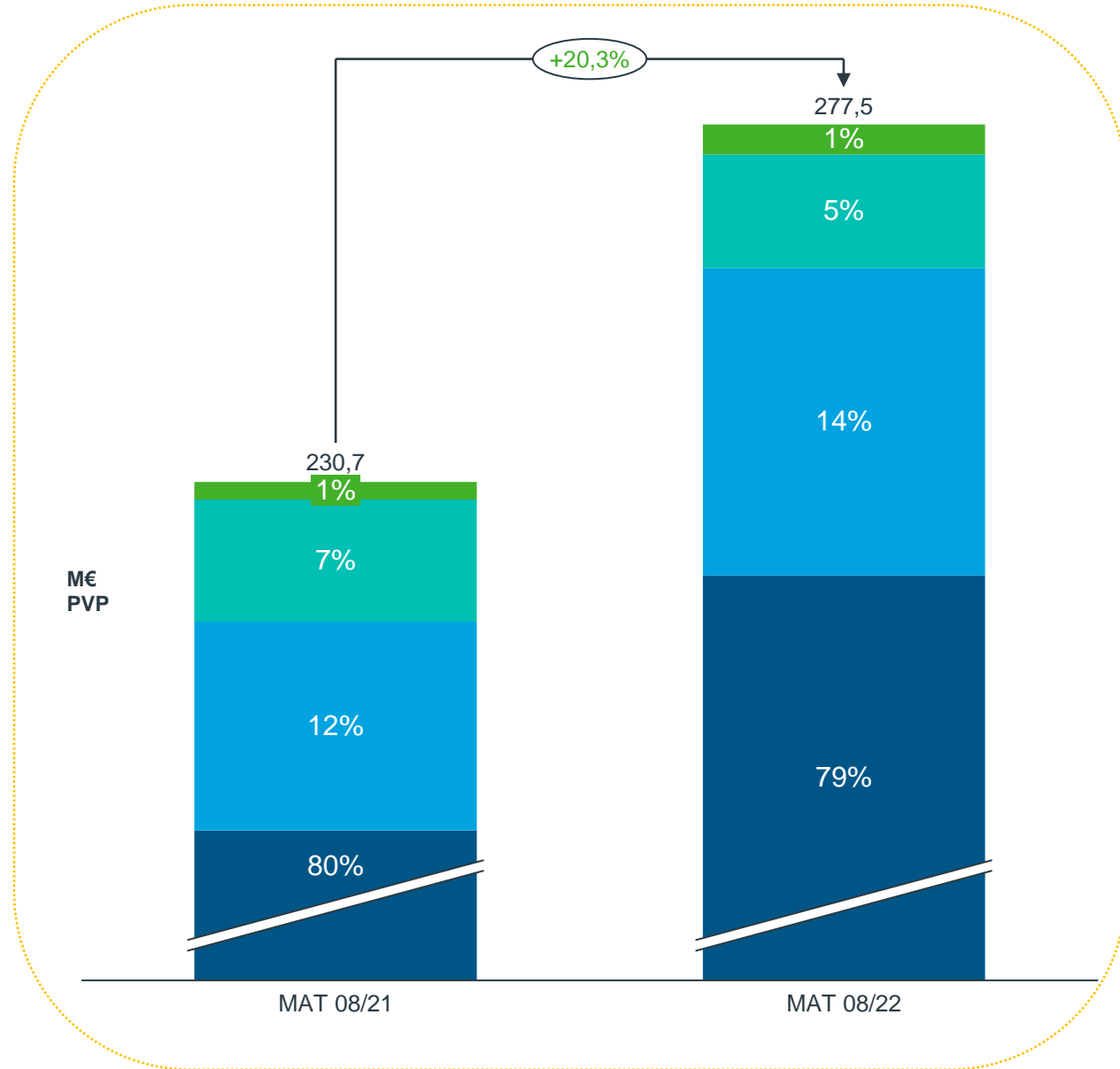
Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

Anexos

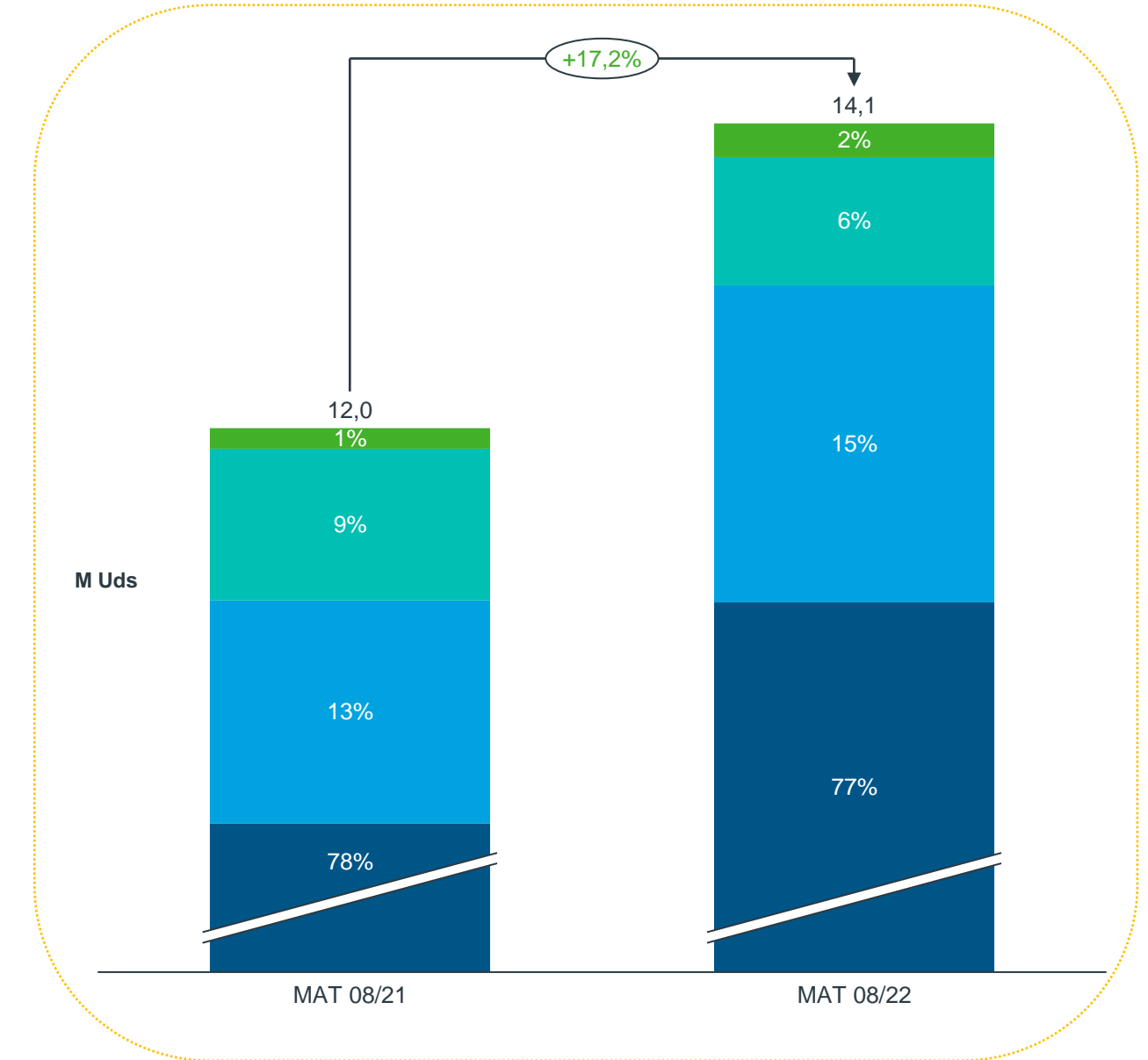


Anexo I. Mercado de solares

Mercado solares en valores M€ (PVP)



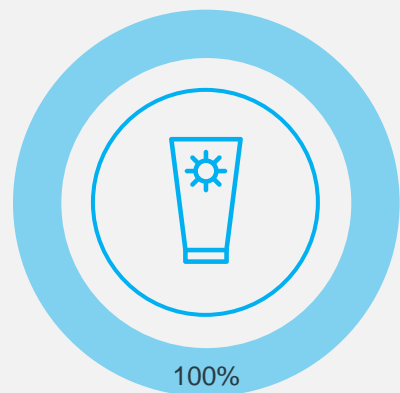
Mercado solares en M Uds



Solares

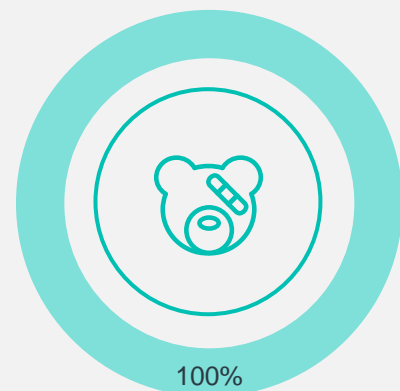
■ Parafarmacia online ■ Parafarmacia
■ Farmacia online ■ Farmacia

- 83F2 Protector solares adultos
- 83F6 Protector solar niños
- Resto solares: 83F1 Activadores de pigmentación, 83F3 Autobronceadores, 83F4 Productos para después de tomar el sol adultos, 83F5 Protectores solares para el pelo y 83F9 Otros productos solares



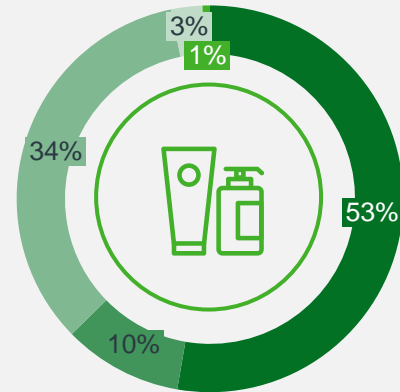
PROTECTOR SOLAR ADULTO

204 M€ PVP



PROTECTOR SOLAR NIÑOS

33 M€ PVP



RESTO SOLARES

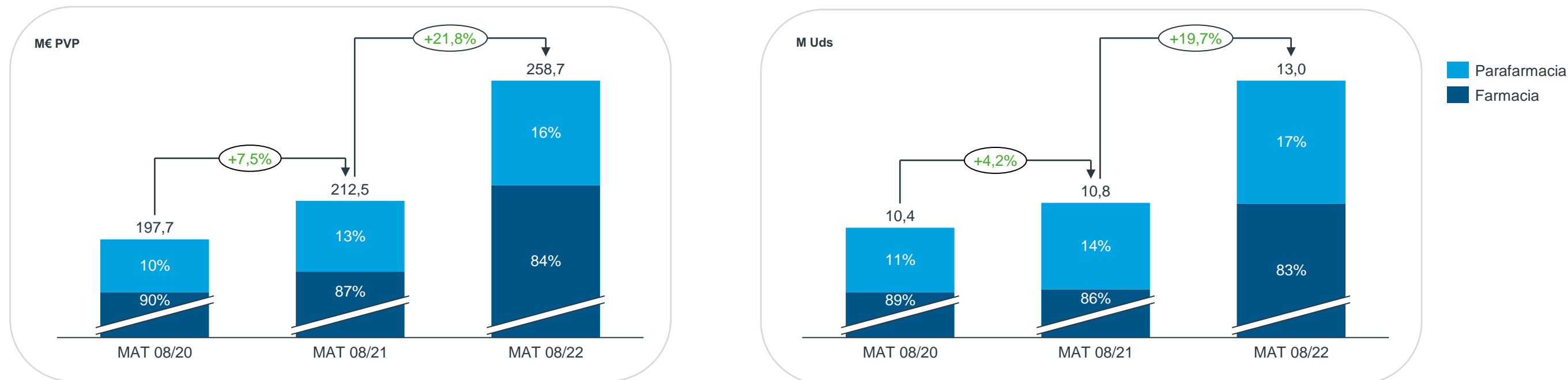
22 M€ PVP

- ACTIVADORES DE PIGMENTAC
- PROD SOLARES PARA PELOS
- AUTOBRONCEADORES
- OTROS PRODUCTOS SOLARES
- PROD DESPUES SOL ADULTOS

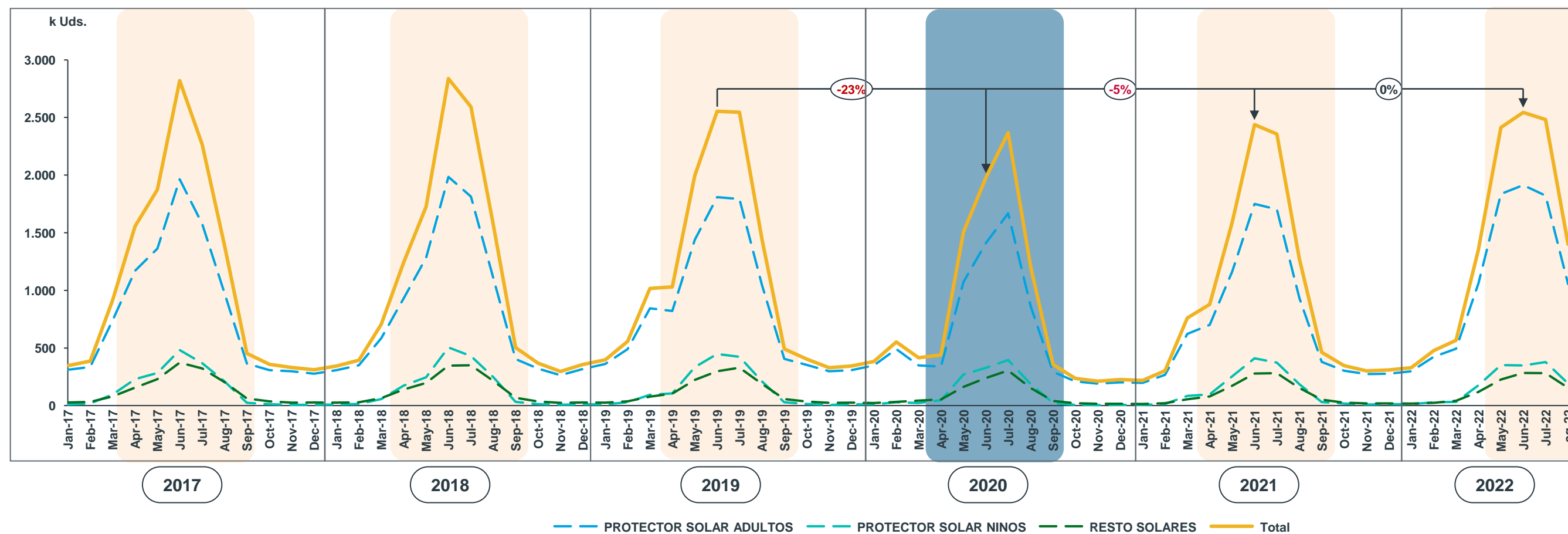
Mercado solares

Evolutivo mercado de solares en valores y unidades (M€ -PVP, M uds)

! Canal farmacia y parafarmacia offline



Evolución mensual del mercado de solares en unidades



Estacionalidad mercado de solares

Verano pandemia covid-19

Fuente: IQVIA Sell Out
Canales: farmacia y parafarmacia offline

Isdin es el laboratorio líder tanto en solares de adultos como en solares para niños

Cantabria Labs se posiciona en resto solares como líder con su producto Heliocare

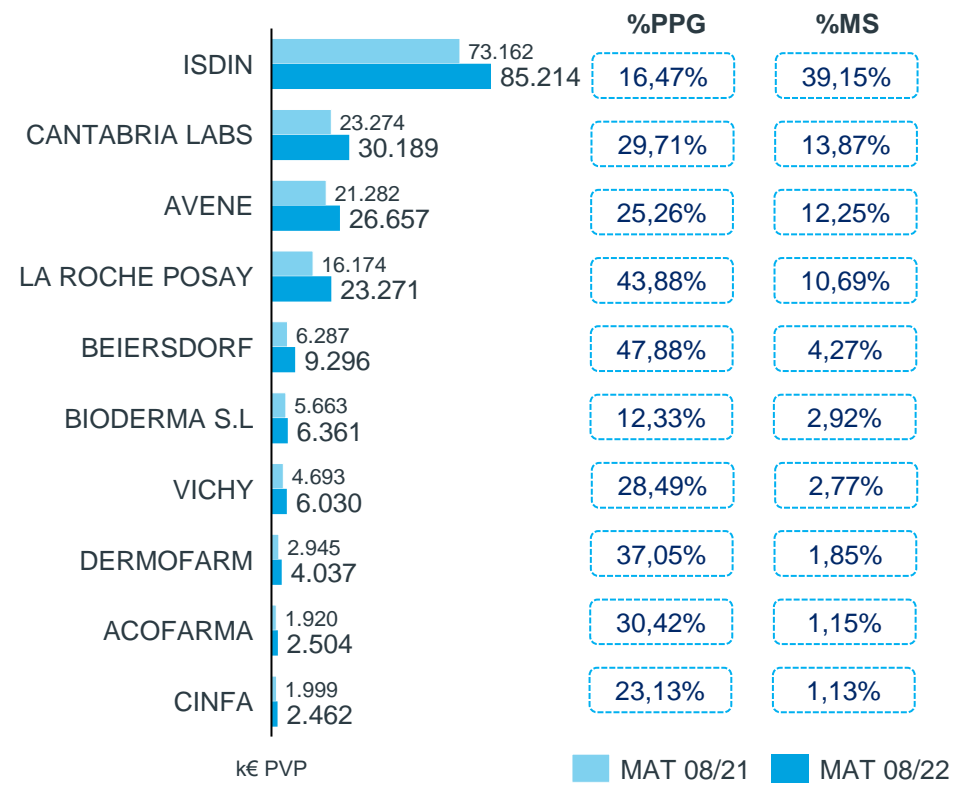
Avene se mantiene dentro del top 3 tanto en adultos como niños

La Roche Posay está mejor posicionada en solares para niños que en adultos

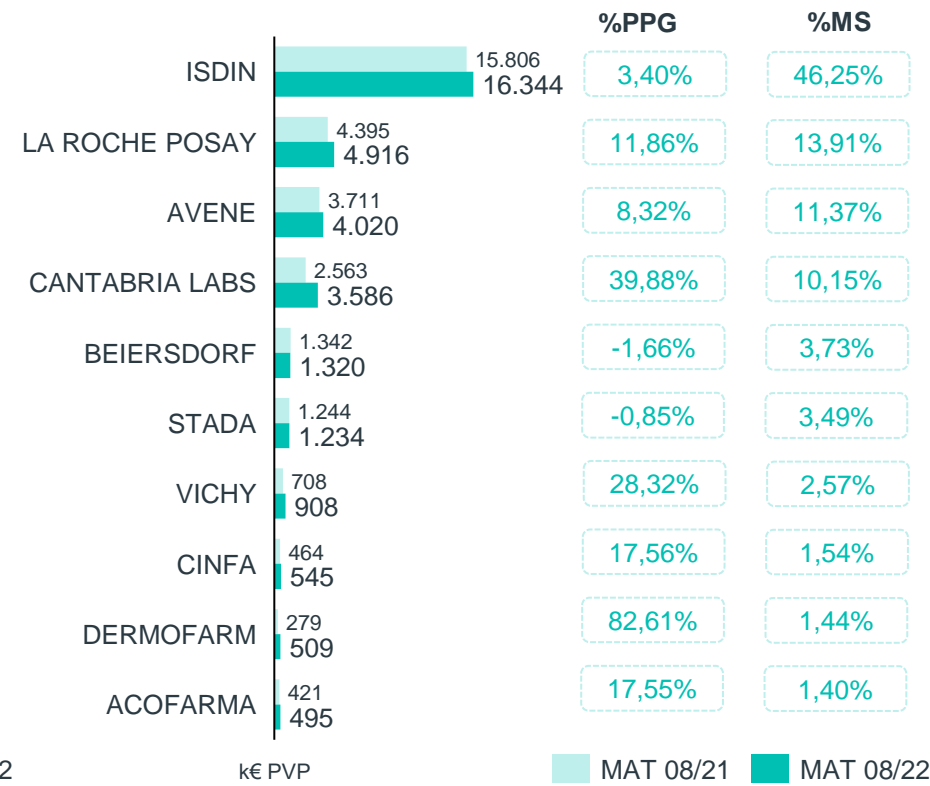
Canal farmacia, parafarmacia, parafarmacia online y farmacia online



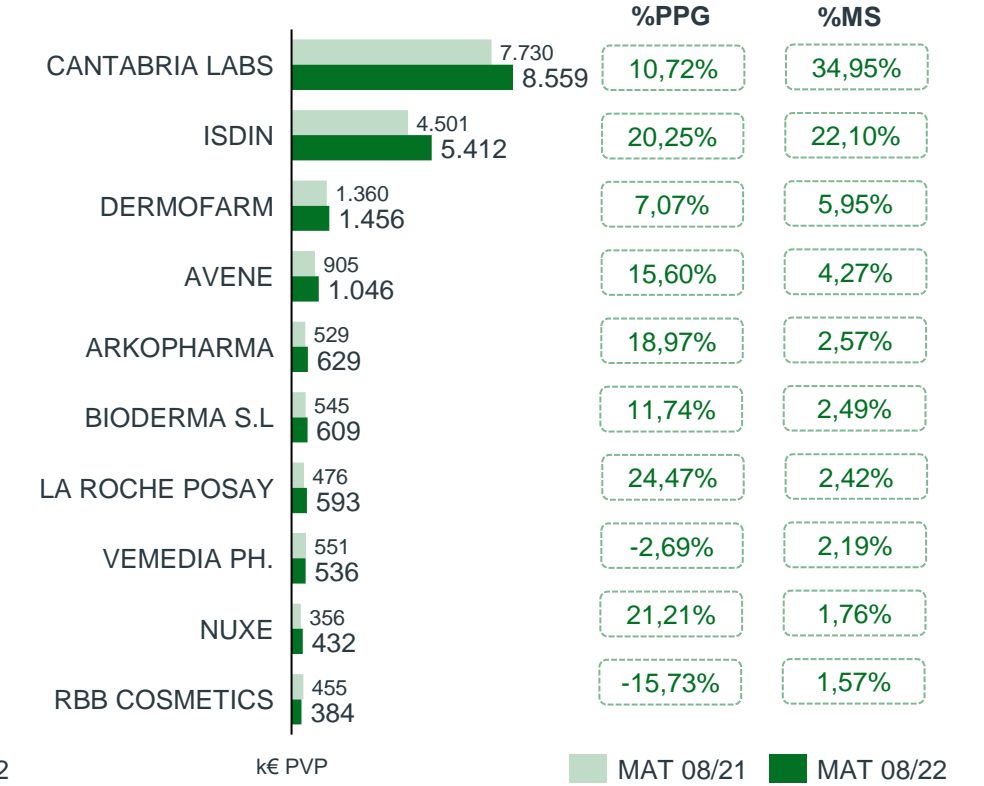
Evolución top 10 laboratorios solares adultos (MAT 08/22 vs MAT 08/21)



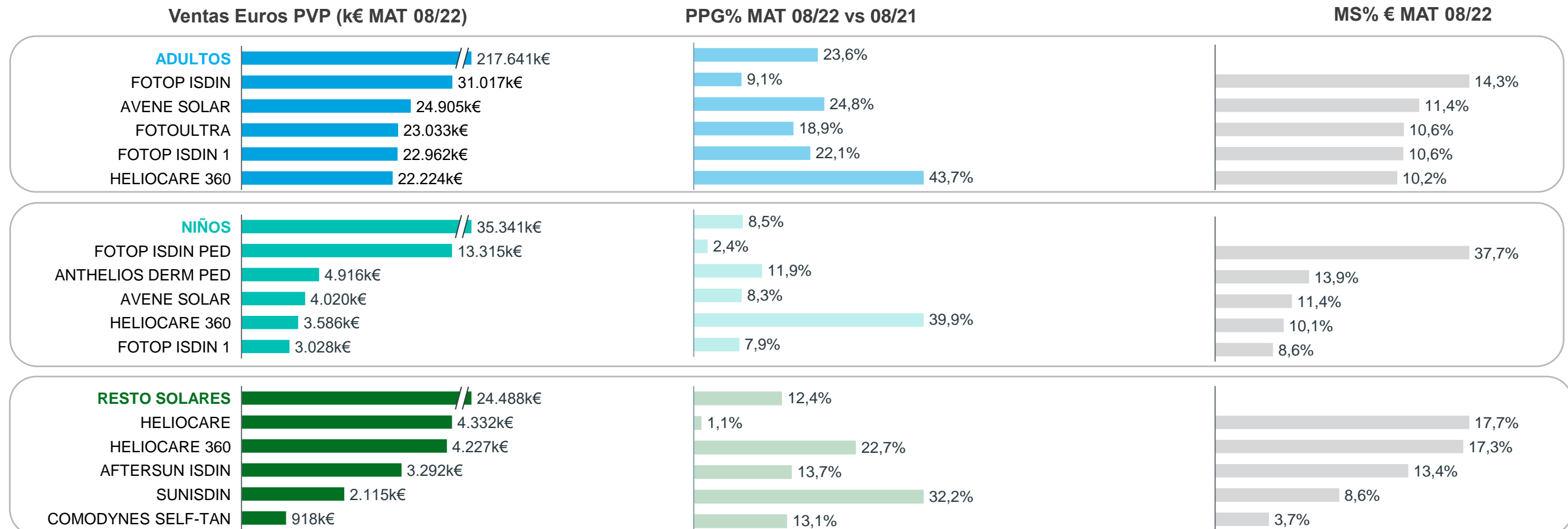
Evolución top 10 laboratorios solares niños (MAT 08/22 vs MAT 08/21)



Evolución top 10 laboratorios resto solares (MAT 08/22 vs MAT 08/21)



Top 5 Productos por segmento



Fuente: IQVIA Sell Out
Canales: farmacia, parafarmacia, parafarmacia online y farmacia online.

Problemas intestinales

- **03D** Antidiarreicos
- **A07** Productos desórdenes intestinales

Repelentes

- **83G** Repelentes de insectos

Antiinflamatorios

- **M01** Antiinflamatorios y antirreumatoides
- **N02** Analgésicos

Mareos y náuseas

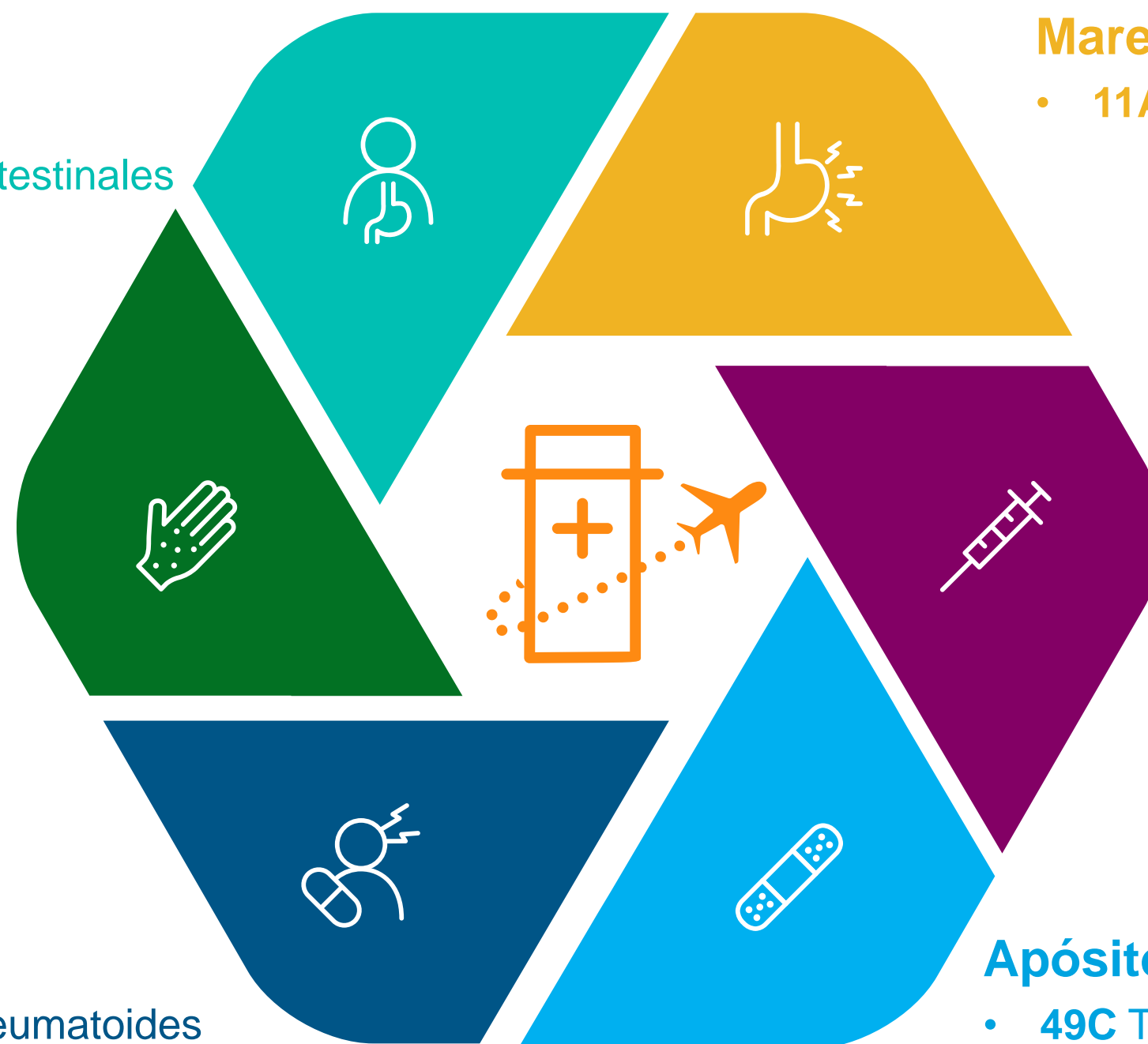
- **11A** Antináuseas

Antimaláricos y productos

- **J07D4** Vacunas para la fiebre tifoidea
- **J07D7** Vacunas cólera
- **P01D2** Antimalaria ingrediente múltiple
- **P01D1** Antimalaria ingrediente simple

Apósitos

- **49C** Tiras especiales y protectores
- **49D** Apósitos líquidos



Botiquín viajero

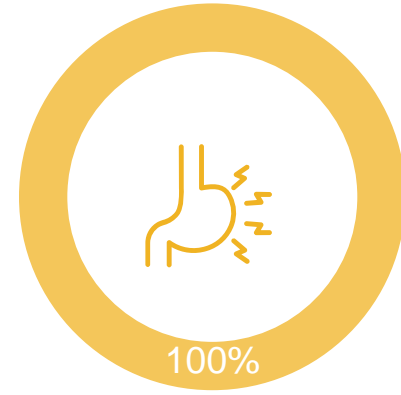
Categorías incluidas en el botiquín del viajero (MAT 08/22)



PROBLEMAS INTESTINALES

195 M€ PVP

■ INTESTINALES



MAREOS y NÁUSEAS

12 M€ PVP

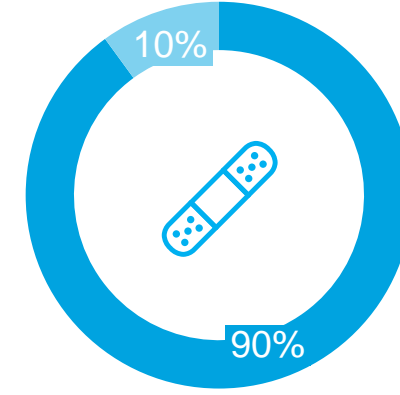
■ ANTINÁUSEAS Y MAREOS



REPELENTES

27 M€ PVP

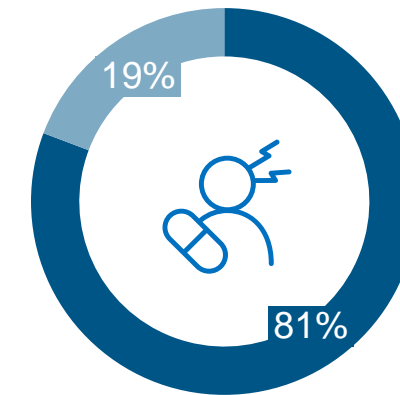
■ REPELENTES



APÓSITOS

41 M€ PVP

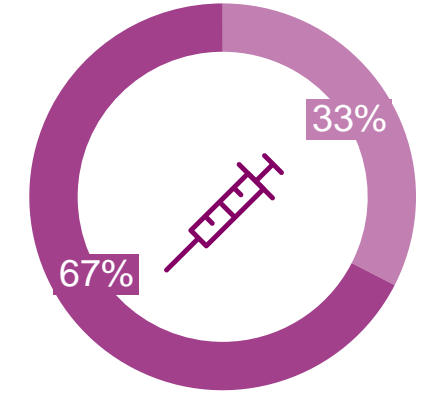
■ TIRAS ESPEC+PROTECTORES
■ APOSITOS LIQUIDOS



ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS

1.404 M€ PVP

■ ANALGÉSICOS
■ ANTIINFLAMATORIOS

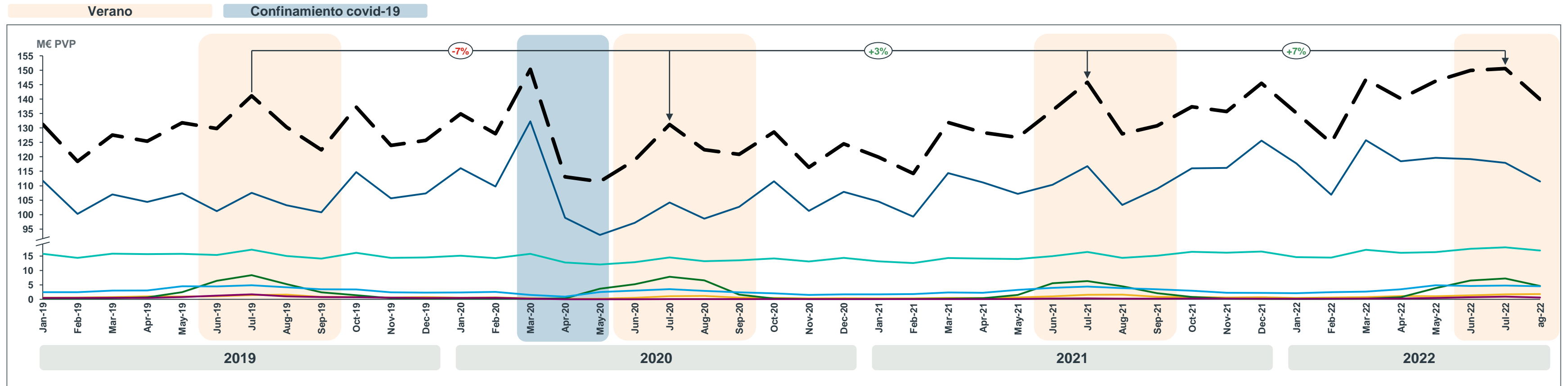


ANTIMALÁRICOS Y VACUNA TIFOIDEA

5 M€ PVP

■ VACUNAS FIEBRE TIFOIDEA
■ ANTIMALAR INGRED MULTIP

Evolutivo mensual en valores (M€ PVP)



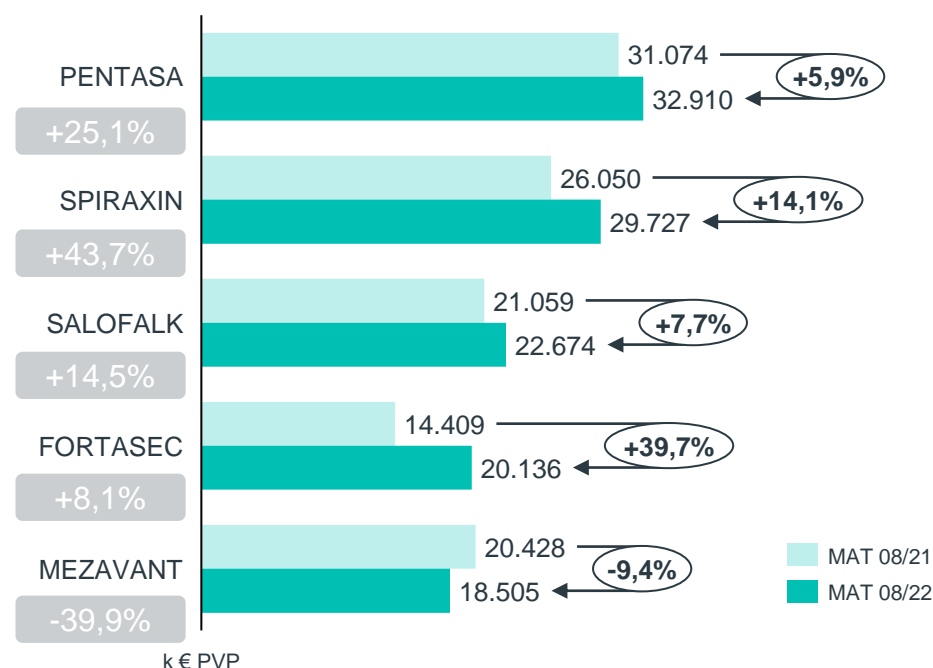
Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias. Canal farmacia

Botiquín viajero

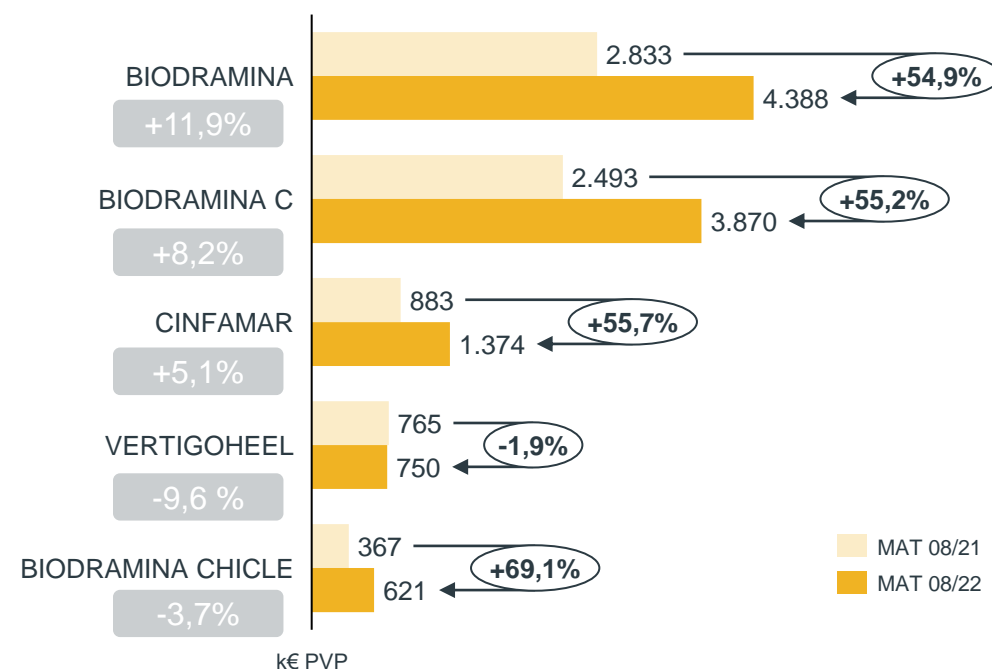
Crecimiento 2022 vs 2019 (%PPG, € PVP)

Evolución top 5 productos (MAT 08/22 vs MAT 08/21, k€ PVP)

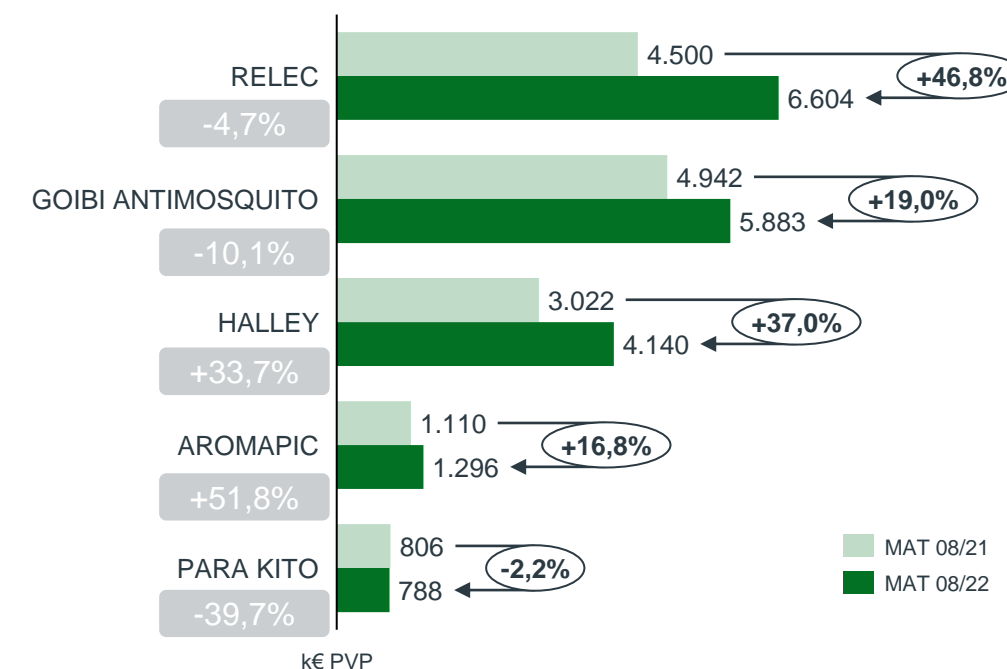
PROBLEMAS INTESTINALES



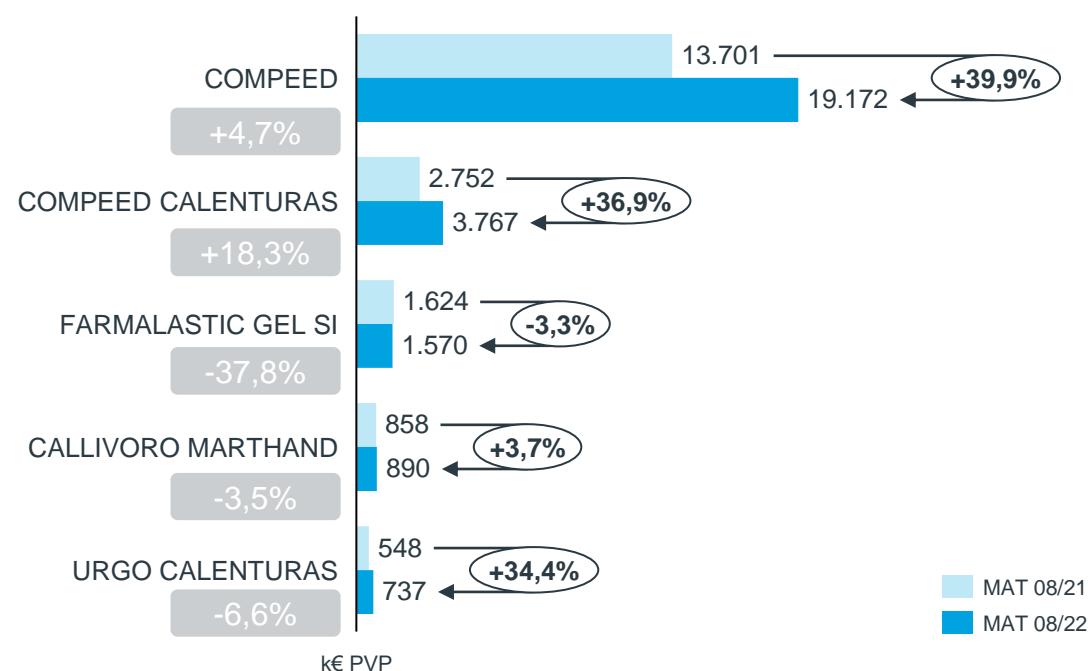
MAREOS y NÁUSEAS



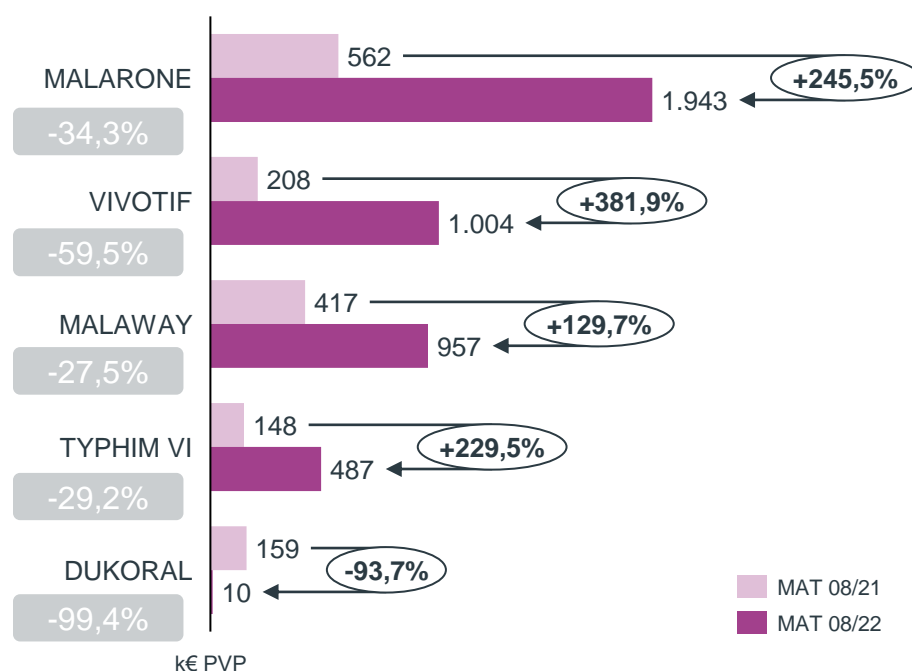
REPELENTES



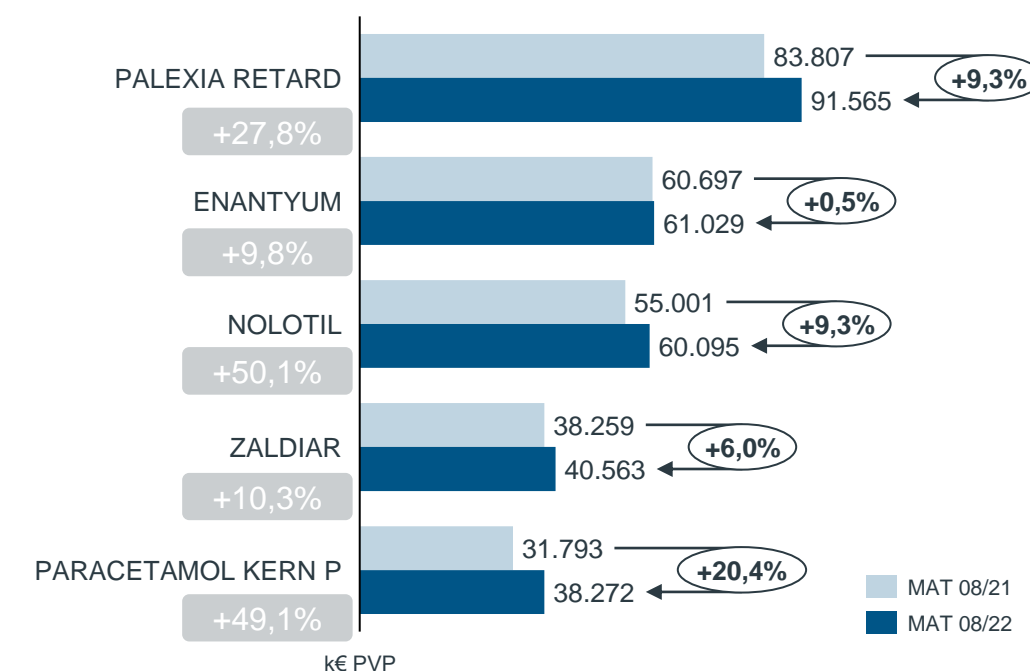
APÓSITOS



VACUNA TIFOIDEA Y PROD. ANTIMALÁRICO



ANTIINFLAMATORIO Y ANALGÉSICOS





INFORME TENDENCIAS DEL MERCADO FARMACÉUTICO

Agosto 2022

