Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de febrero 2020

Marzo 2020

© 2020. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries.

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€

UNIVERSO

22.138 farmacias
(+0,2%)

PROMEDIO FACTURACIÓN POR FARMACIA

927.963 € (+1,8%)

HABITANTES POR FARMACIA

2.124 (+0,4%)

PVP MEDIO

12,05€ (+4,5%)

***Medicamentos**: 12,07€ (+0,8%)*
Consumer Health: 12,01€ (+13,3%)*

CONSUMO UNIDADES

37,4 uds/habitante
(-0,1%)

***Medicamentos**: 25,5 uds/habitante (-0,1%)*
Consumer Health: 11,9 uds/habitante (-0,2%)*

CONSUMO EN VALOR

450,0 €/habitante (+4,2%)

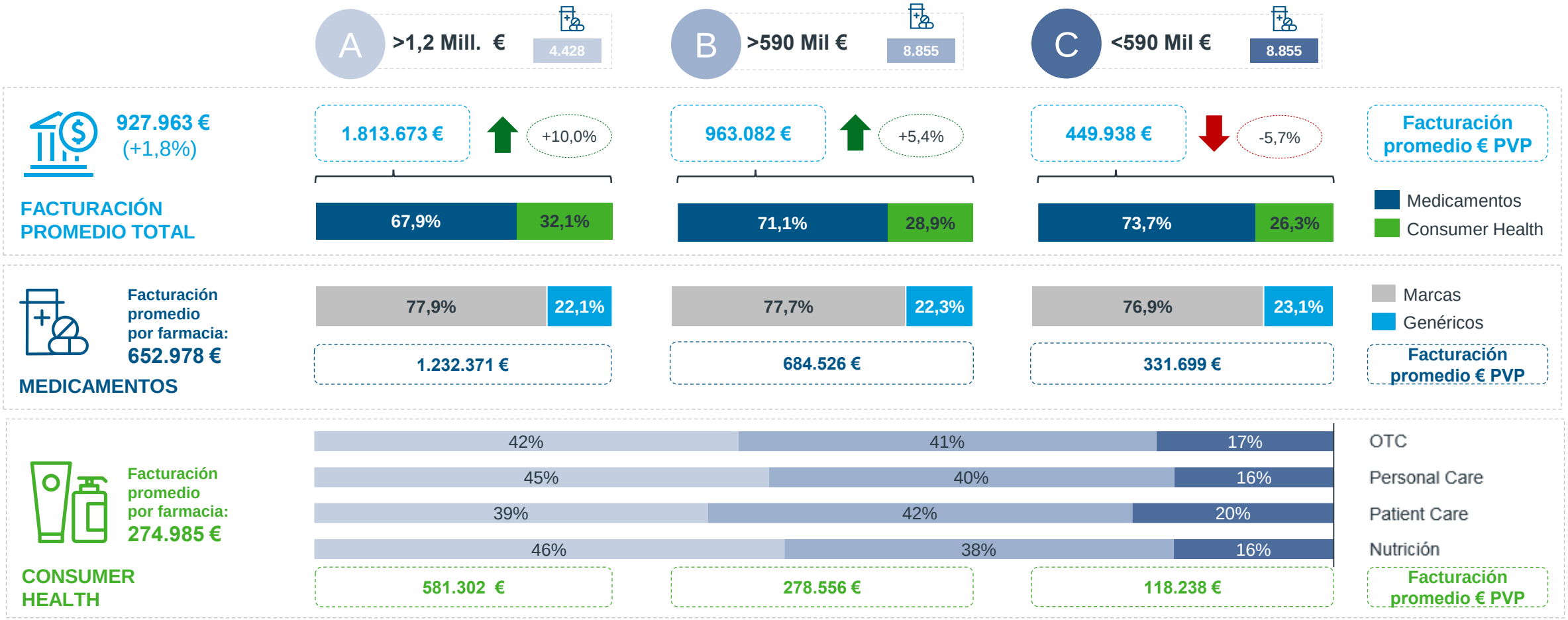
***Medicamentos**: 307,4 €/habitante (+0,7%)*
Consumer Health: 142,6 €/habitante (+12,8%)*

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

Crecimientos a cierre 2019 vs 2018
* Semiéticos y EFPs incluidos en el mercado de Consumer Health

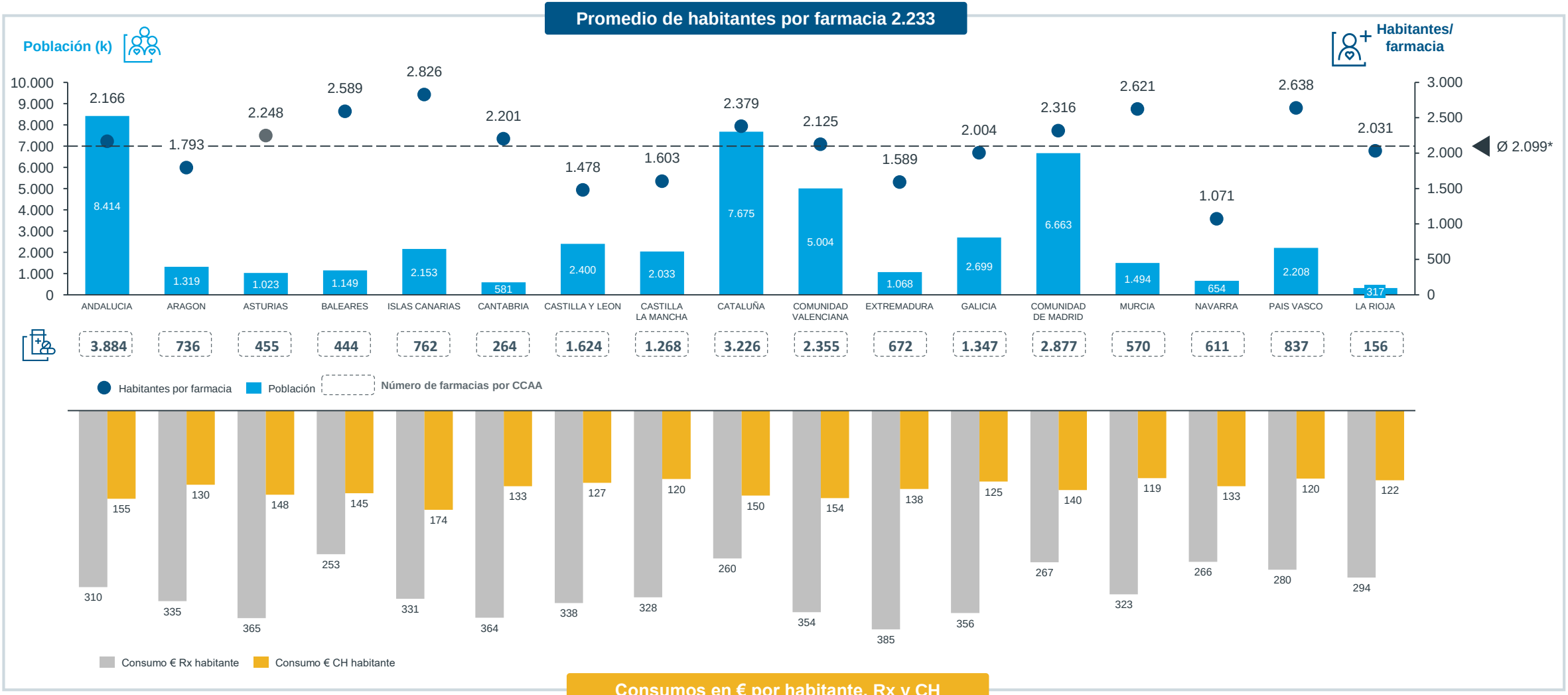
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 1,8% en el último año, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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)

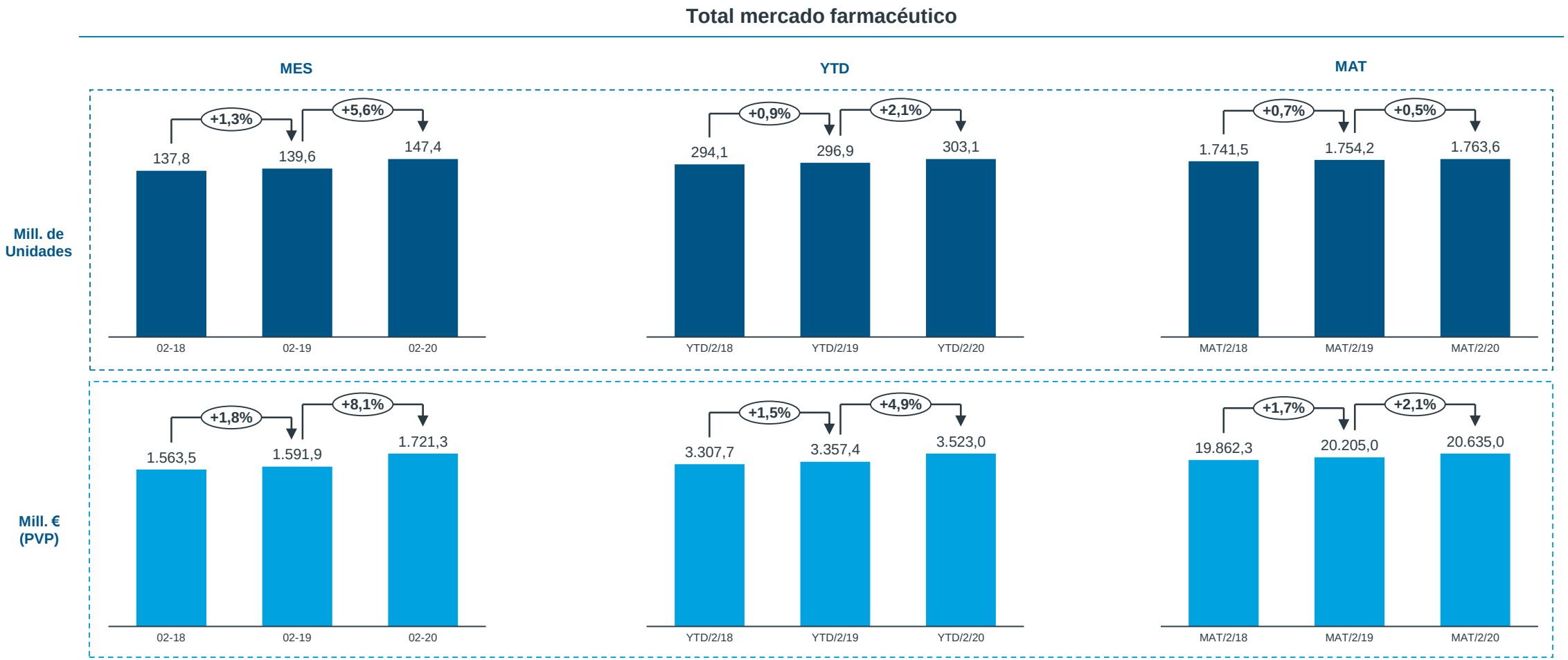


Fuente: datos 2019
*Ceuta y Melilla no incluidas

Índice

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

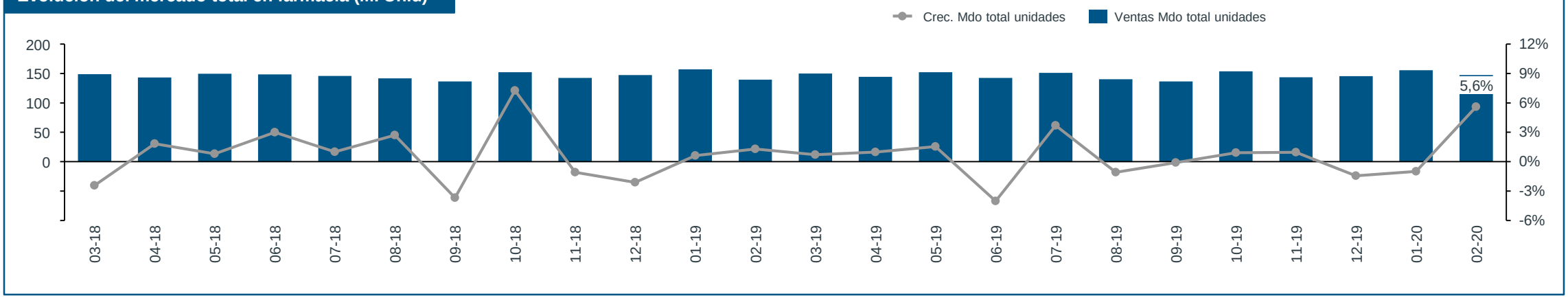
El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +2,1% en valores y del +0,5% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses



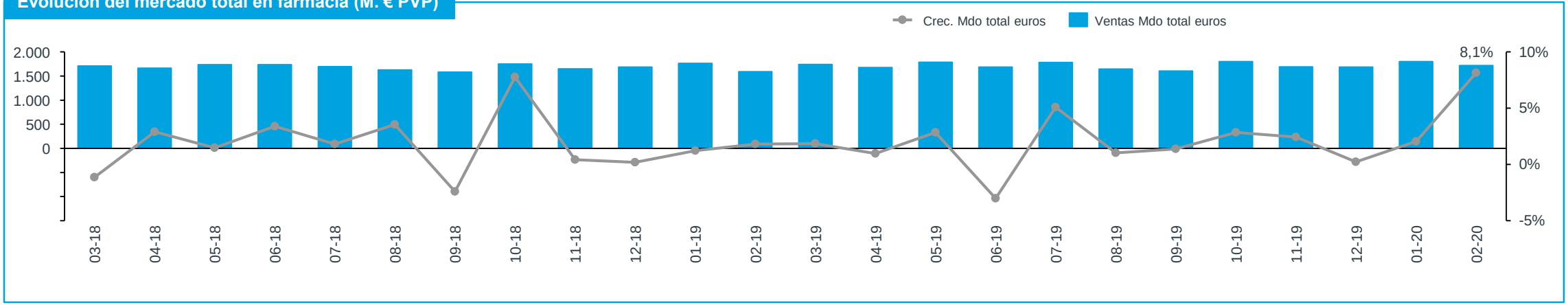
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

En febrero, el mercado crece tanto en unidades (+5,6%) como en valores con un (+8,1%) vs febrero 2019

Evolución del mercado total en farmacia (M. Unid)



Evolución del mercado total en farmacia (M. € PVP)

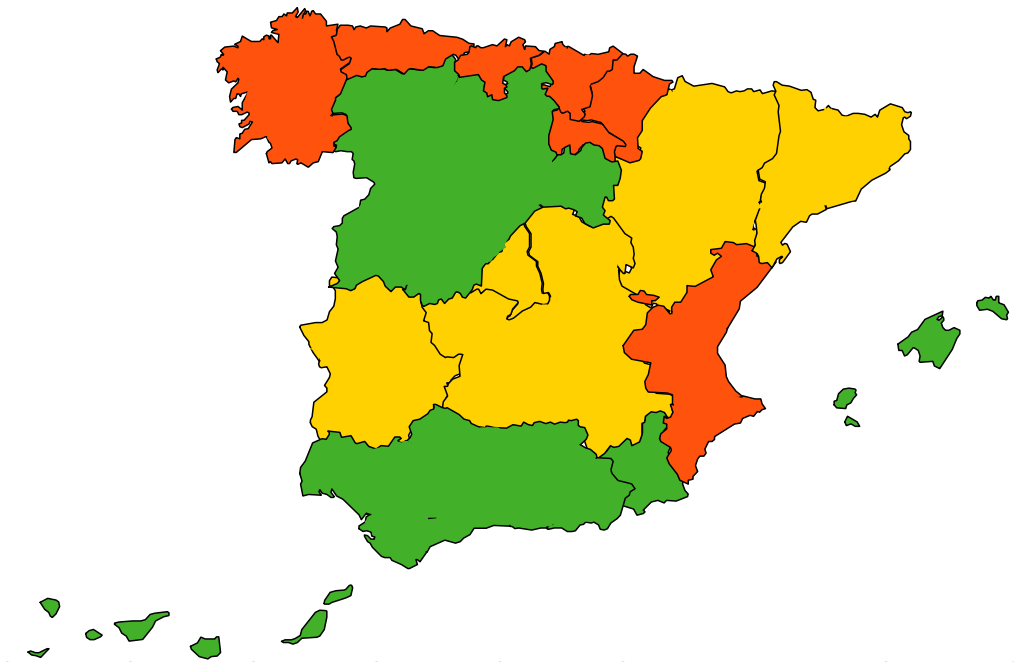


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

Murcia es la CCAA con mayor crecimiento en el último MAT, siendo Andalucía la que más aporta al crecimiento

% Desvío PPG (€)



- CCAA con un desvío del crecimiento > %PPG Nacional + 0,5%
- CCAA con un desvío del crecimiento entre %PPG Nacional ± 0,5%
- CCAA con un desvío del crecimiento < %PPG Nacional - 0,5%

MAT/2/2020	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportacion al Crecimiento (%, €)
MURCIA	3,9%	5,7%
ISLAS CANARIAS	3,6%	8,5%
BALEARES	3,3%	3,2%
ANDALUCIA	3,1%	27,3%
CASTILLA LEON	3,1%	7,5%
CASTILLA LA MANCHA	2,4%	4,8%
CATALUÑA	2,1%	14,8%
ARAGON	1,8%	2,5%
EXTREMADURA	1,7%	2,1%
MADRID	1,7%	10,0%
COMUNIDAD VALENCIANA	1,5%	8,4%
GALICIA	1,3%	3,9%
ASTURIAS	0,8%	1,0%
LA RIOJA	0,7%	0,2%
CANTABRIA	0,5%	0,3%
NAVARRA	0,1%	0,1%
PAIS VASCO	-0,2%	-0,3%
TOTAL NACIONAL	**2,1%**	**100%**

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

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

Medicamentos

Rx (70,4%)

Reembolsado

Clexane

Duodart

No reembolsado

Bexsero

Cialis

No Rx (6,0%)

OTC (12,2%)

Semi-éticos (0,3%)

Daflon

Apiretal

EFPs (5,7%)

Frenadol

Voltadol

Consumo (6,2%)

Rhinomer

Grintuss

Cuidado Personal (PEC) (8,4%)

Higiene oral (1,5%)

GingiLacer

Corega

Dermocosmética (6,9%)

Fotoprotector Isdin

Eau thermale Avène

Cuidado Paciente (PAC) (6,0%)

Accessorios sanitarios y otros (3,8%)

Accu-Check

Contour next

Incontinencia (2,3%)

Incopack

ABS Pants

Nutr. (NUT) (3,0%)

Enteral (1,8%)

Meritene

Ensure

Infantil (1,0%)

Blemil

Almiron

Dieta Otros (0,1%)

Siken

Bimanan Sustitutive

Consumer Health **(29,6%)**

- *Medicamentos*
- *Consumer Health*
- *Medicamentos y Consumer Health*

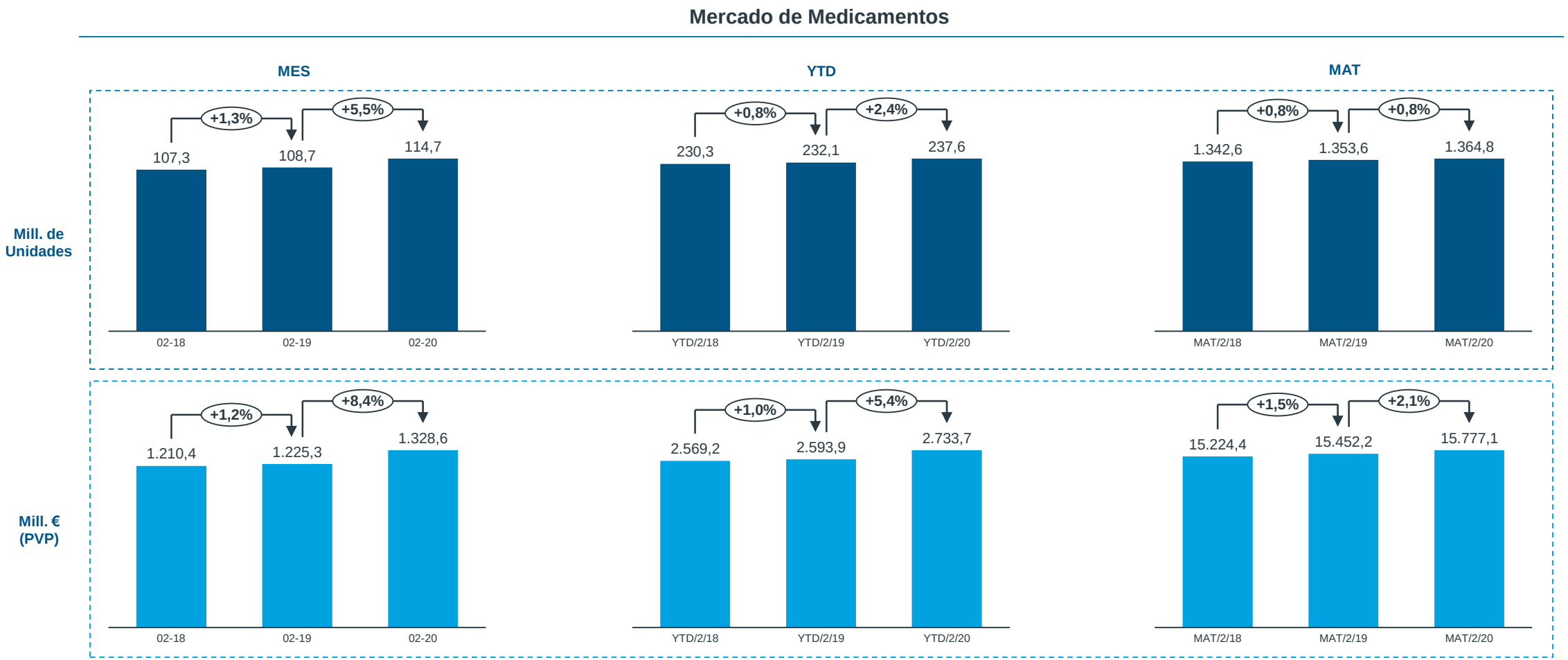
Los % se refieren al peso en valor de cada segmento a MAT 12/2019 sobre el mercado farmacéutico total
Los ejemplos de productos se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 12/2019
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

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

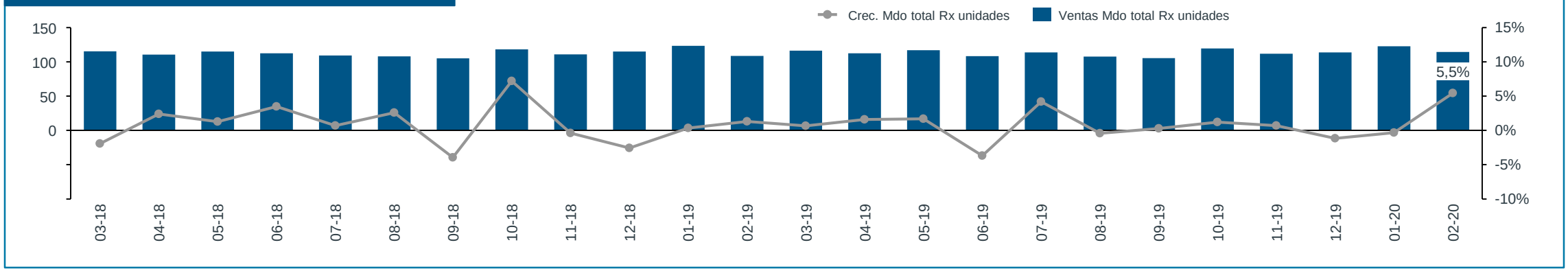
El último mes y YTD muestran crecimientos muy por encima al año pasado



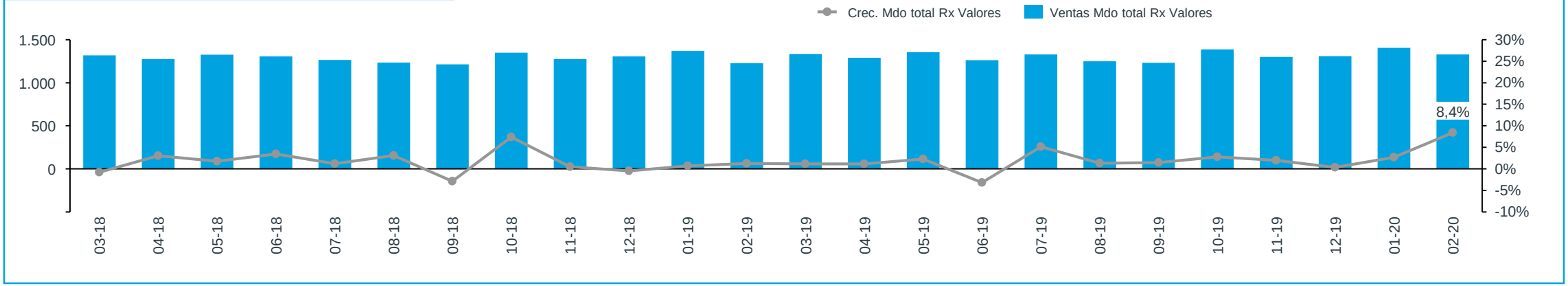
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

En el mes de febrero el mercado crece en valores (+8,4%) y también crece en unidades (+5,5%) vs el mismo periodo del año anterior

Evolución de MEDICAMENTOS (M. Unid)



Evolución de MEDICAMENTOS (M € PVP)

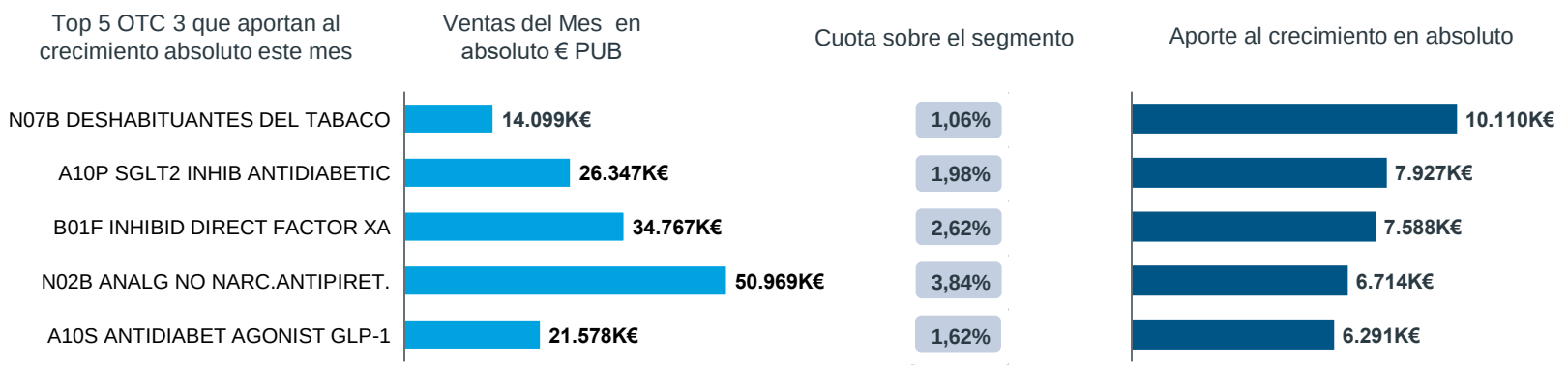


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los deshabituantes del tabaco (clase N07B) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de febrero, creciendo 10,1M€

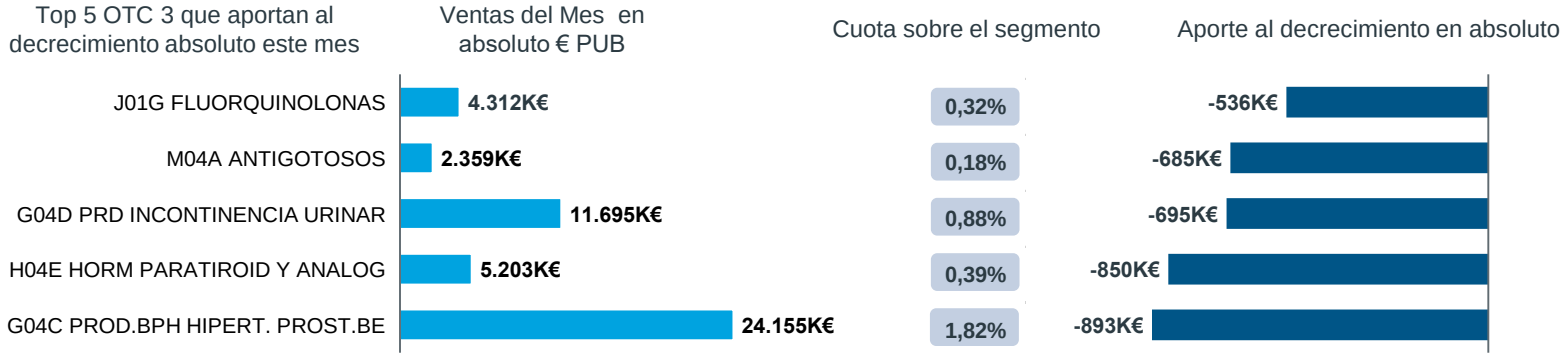
La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la productos para la hipert. prostática benigna

Clases con mayor crecimiento este mes



- La **clase con mayor aporte al crecimiento es la de Deshabituantes del tabaco**, su crecimiento se ha visto favorecido por la financiación de Champix a partir del 1 de Enero de 2020.
- **Los Antidiabéticos** inhibidores SGLT2 , su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Synjardy (1,8M€) y Jardiance (1,8M€).
- Los **NACOs son la tercera clase que mas crece 7,6M€**, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 3,5M€, seguido de Lixiana (2,3M€).

Clases con mayor decrecimiento este mes

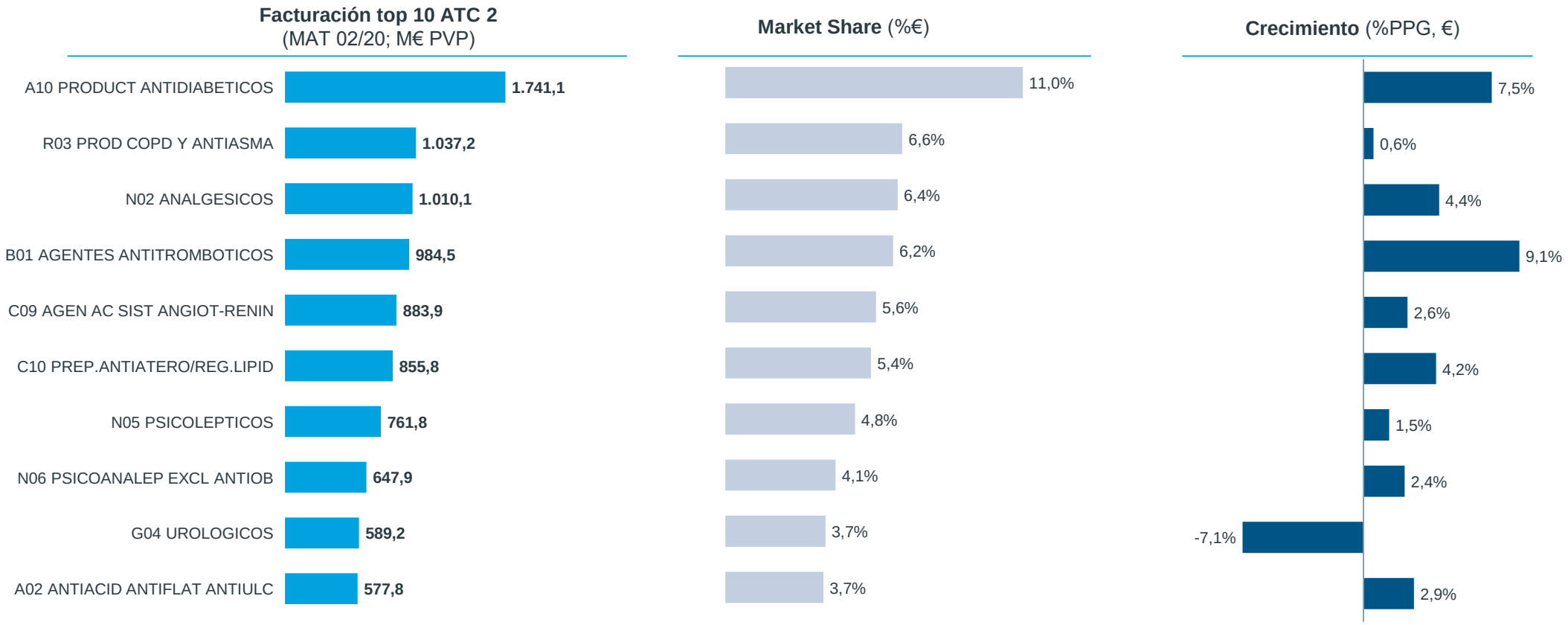


- **La clase que más contribuye al decrecimiento son los productos para la hipertensión prostática benigna** (-0,9M€). La mayor caída viene proporcionada por el producto Duodart (-3,8M€).
- **La segunda clase que más contribuye al decrecimiento son las hormonas paratiroideas y análogas,** el principal impulsor del decrecimiento es Forsteo (-1,5M€) debido a su bajada de precio en el mes de Febrero.

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 Antiepilépticos (+34,7M€) y Vacunas (+14,8M€)

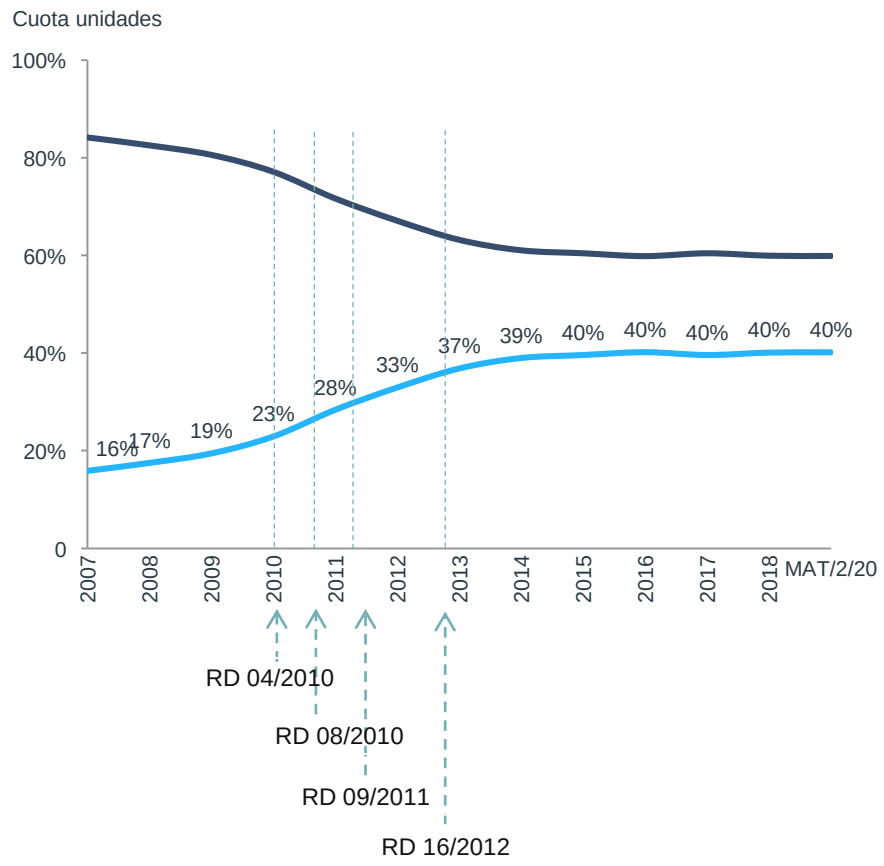


Total mercado de Medicamentos a MAT/2/20: 15.777 Mill. de € con un PPG del 2,1%

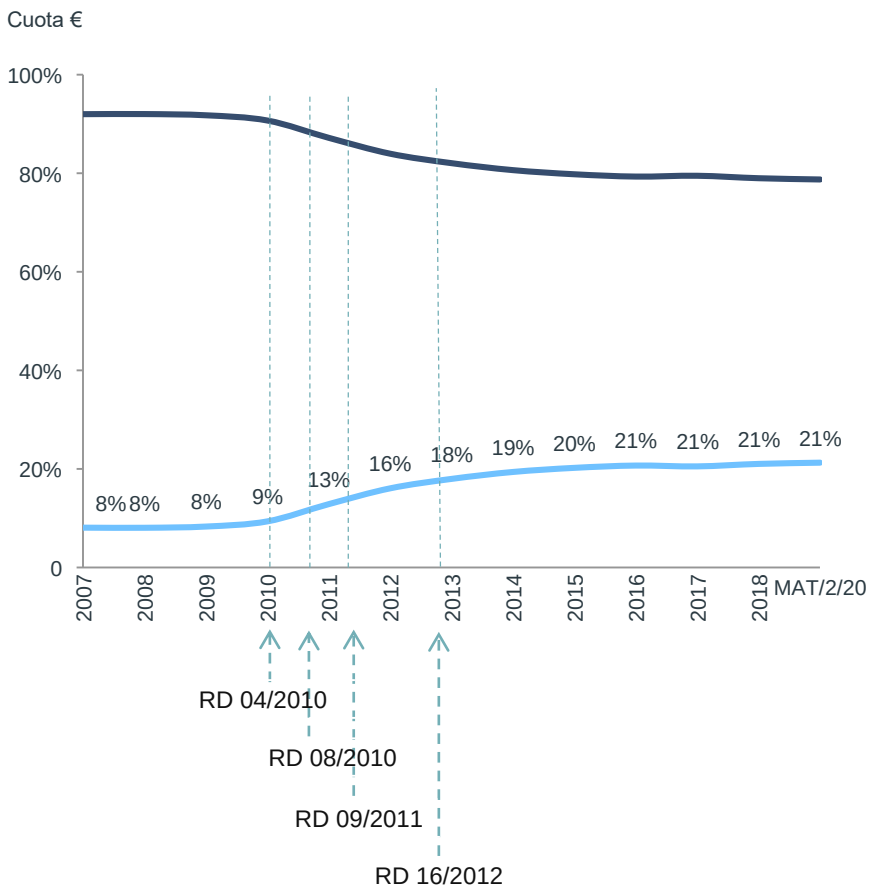
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

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 genéricos total mercado farmacéutico
(unidades)



Evolución genéricos total mercado farmacéutico
(Euros, PVP)



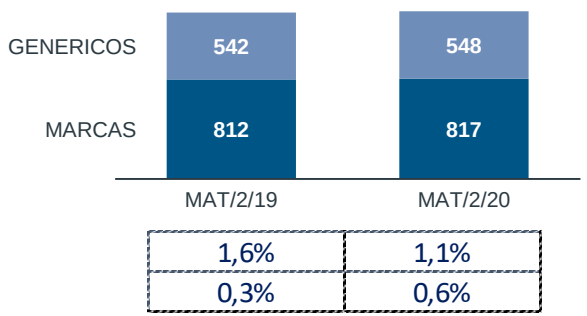
Marcas
Genéricos

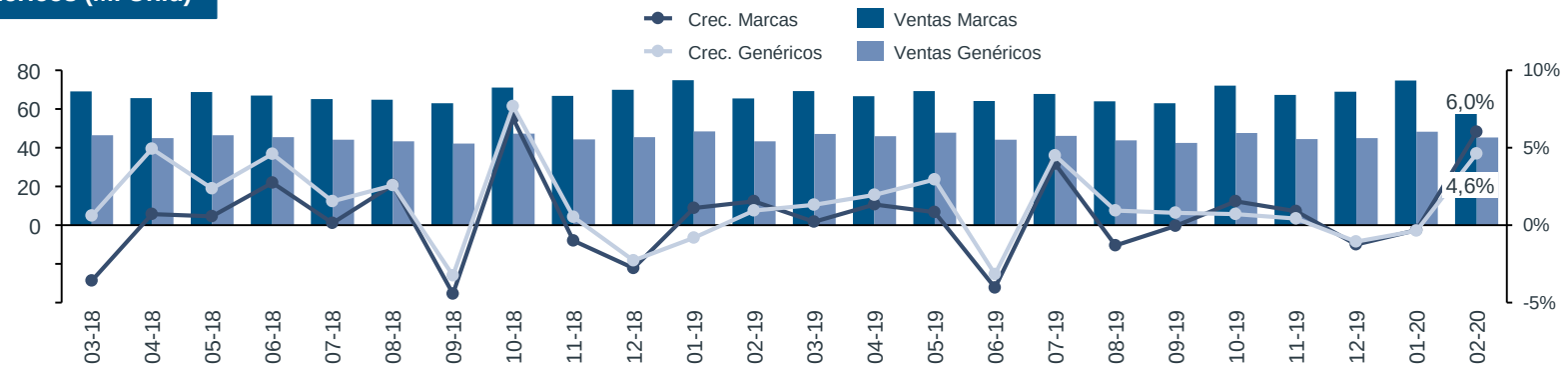
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

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

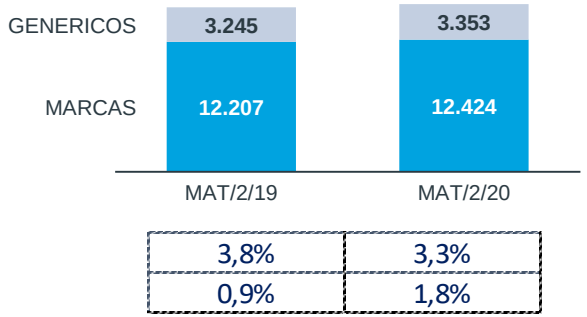
Las marcas que más aportan al crecimiento en febrero 2020 son Champix (financiado desde el 1 de enero 2020), Eliquis, Entresto y Lixiana, que aportan +18M€ al crecimiento este mes

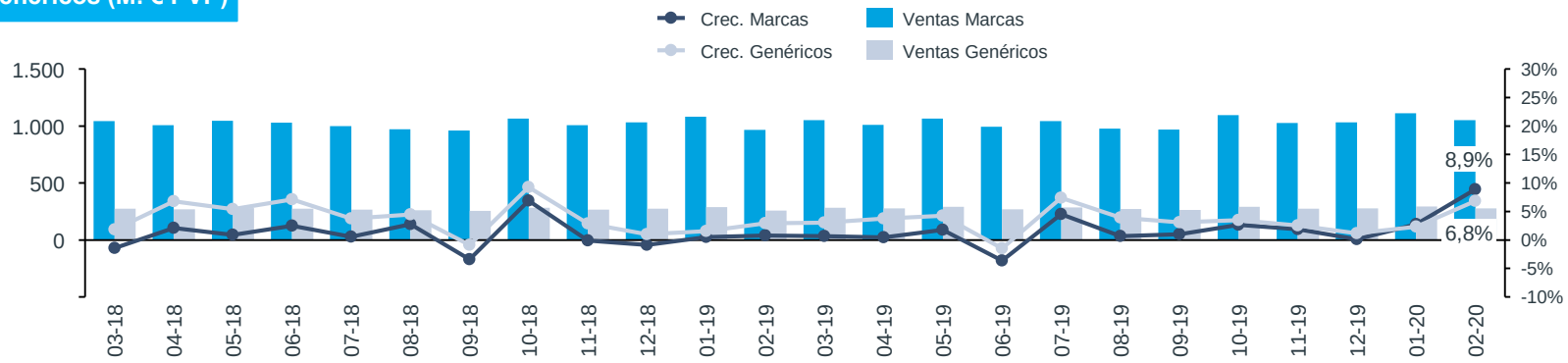
Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. Unid)





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



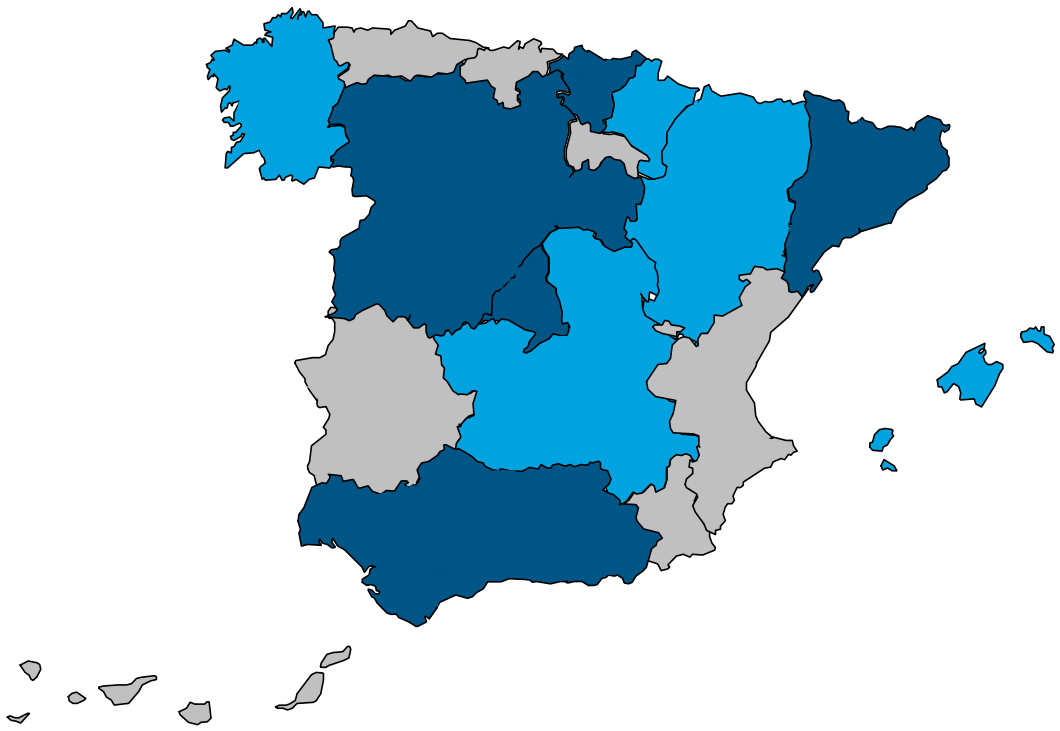


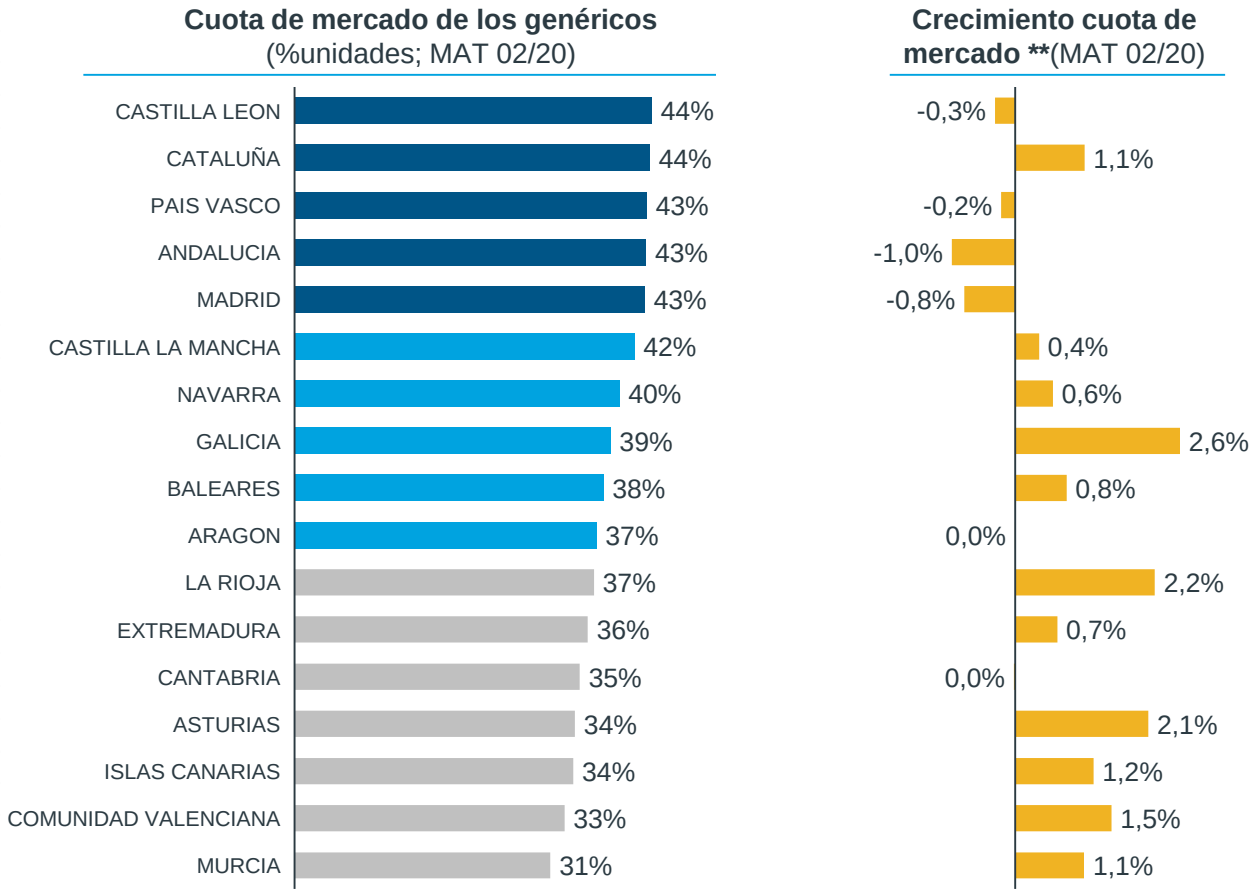
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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 Castilla y León, País Vasco, Andalucía y Madrid





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

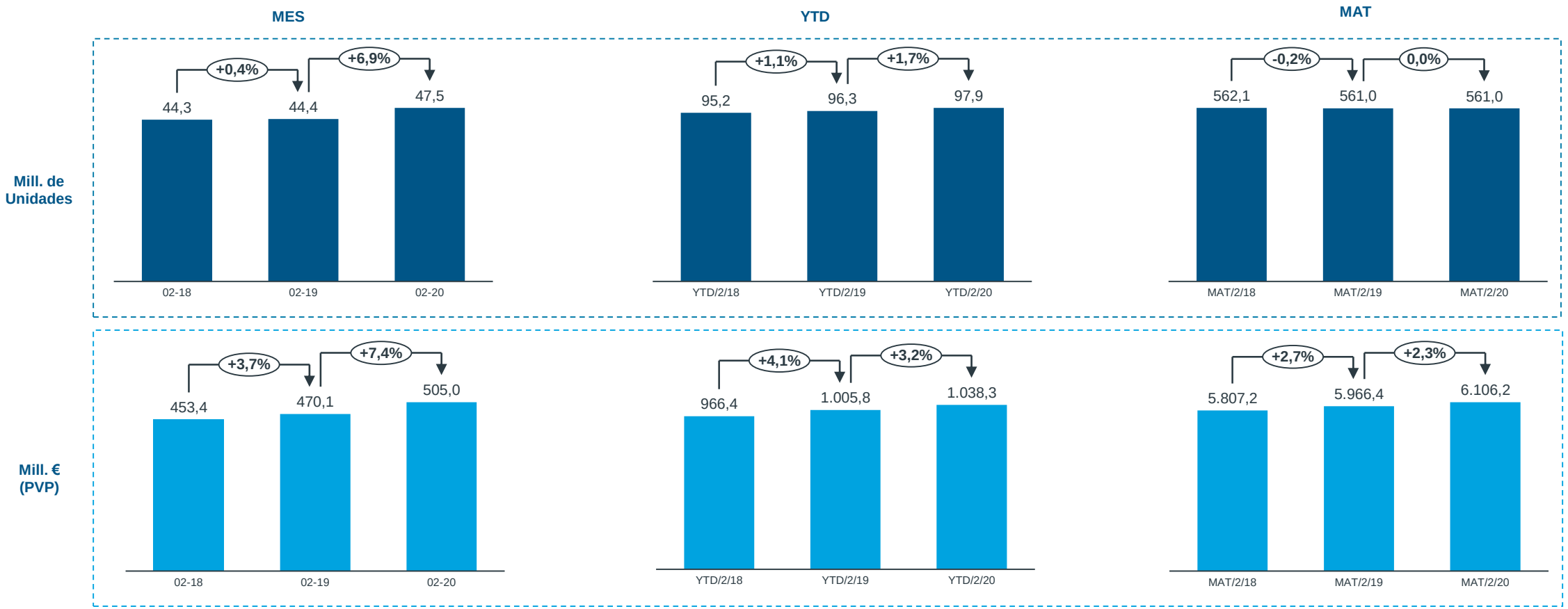
Índice

+ 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 se muestra plano en volumen (0,0%) y crece en valores (+2,3%)

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

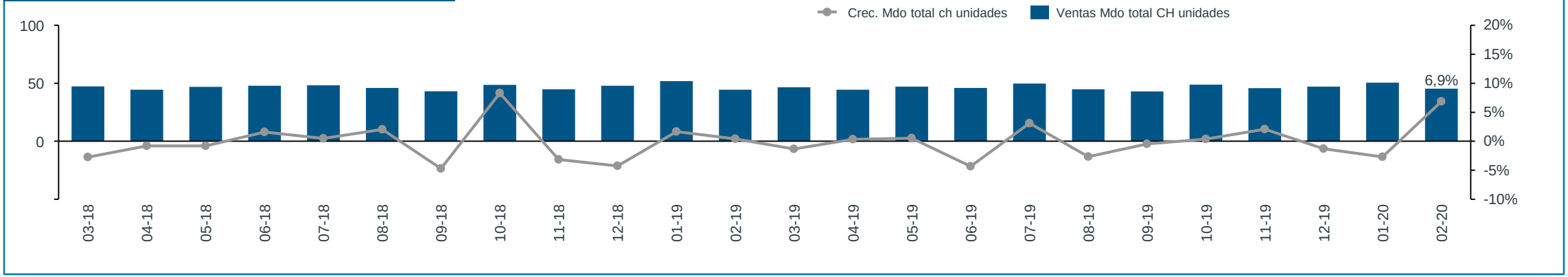
Mercado de Consumer Health



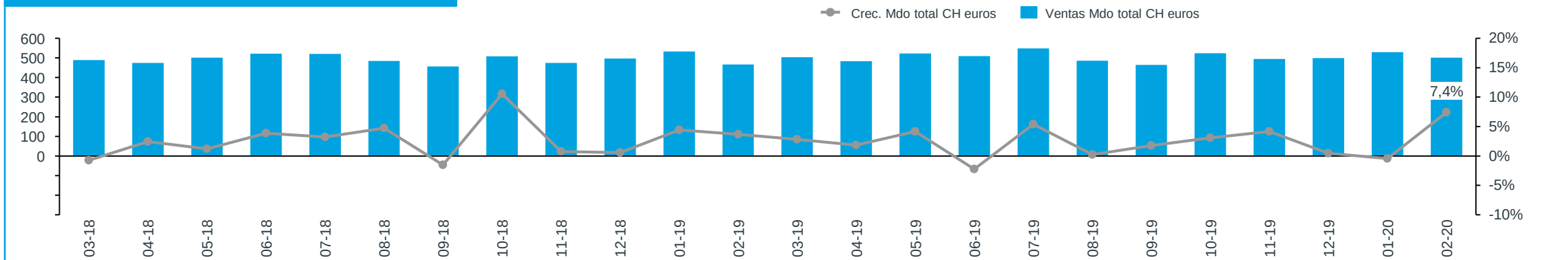
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de febrero un +7,4% en valores y un +6,9% en unidades respecto a febrero 2019

Evolución de CONSUMER HEALTH* (M. Unid)



Evolución de CONSUMER HEALTH* (M. € PVP)

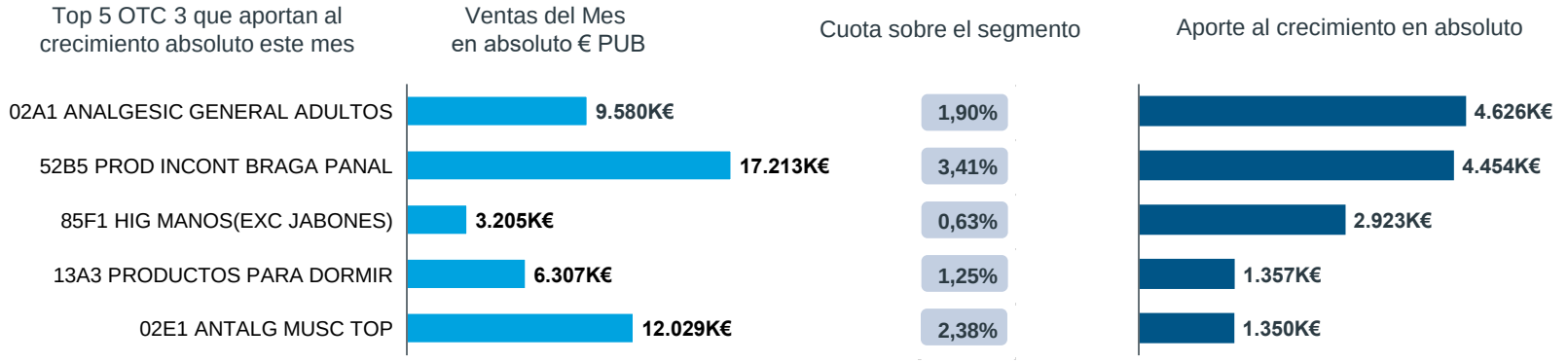


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En febrero, crecen los analgésicos generales para adultos y los productos para la incontinencia tipo Braga-Pañal

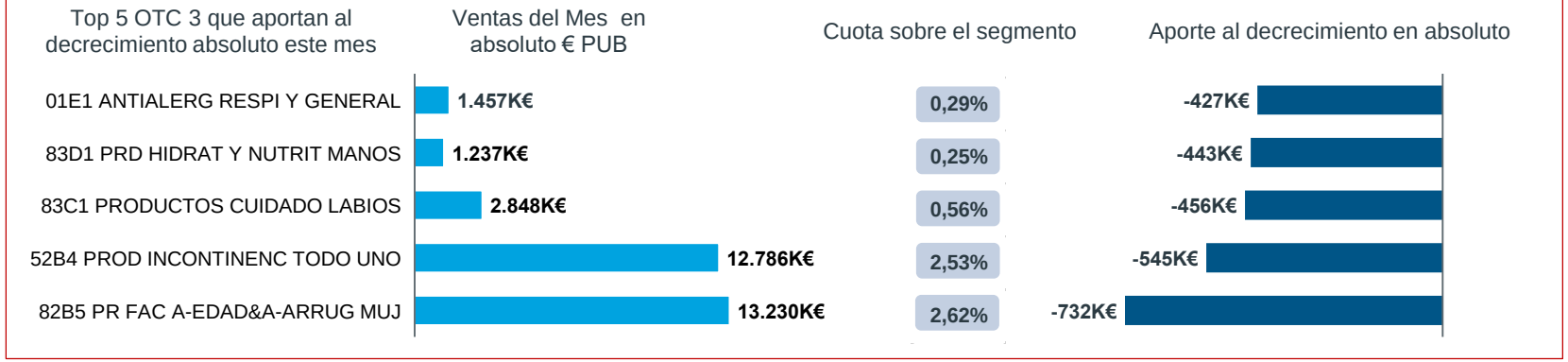
El intercambio en los productos de incontinencia se debe a nuevas presentaciones financiadas de uso más cómodo que las anteriormente disponibles

Clases con mayor crecimiento este mes



- **La clase con mayor aporte al crecimiento es la de analgésicos generales de adultos (+4,6M€).** Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espididol (1,6M€) y Gelocatil (0,8M€).
- **La segunda clase con más aporte al crecimiento es la clase de Braga-Pañal (+4,5M€),** gracias a la financiación de esta clase.
- Destaca en tercer lugar los **productos para higiene de manos** (3M€). El crecimiento de esta categoría es debida a la situación actual en España asociada al Coronavirus

Clases con mayor decrecimiento este mes



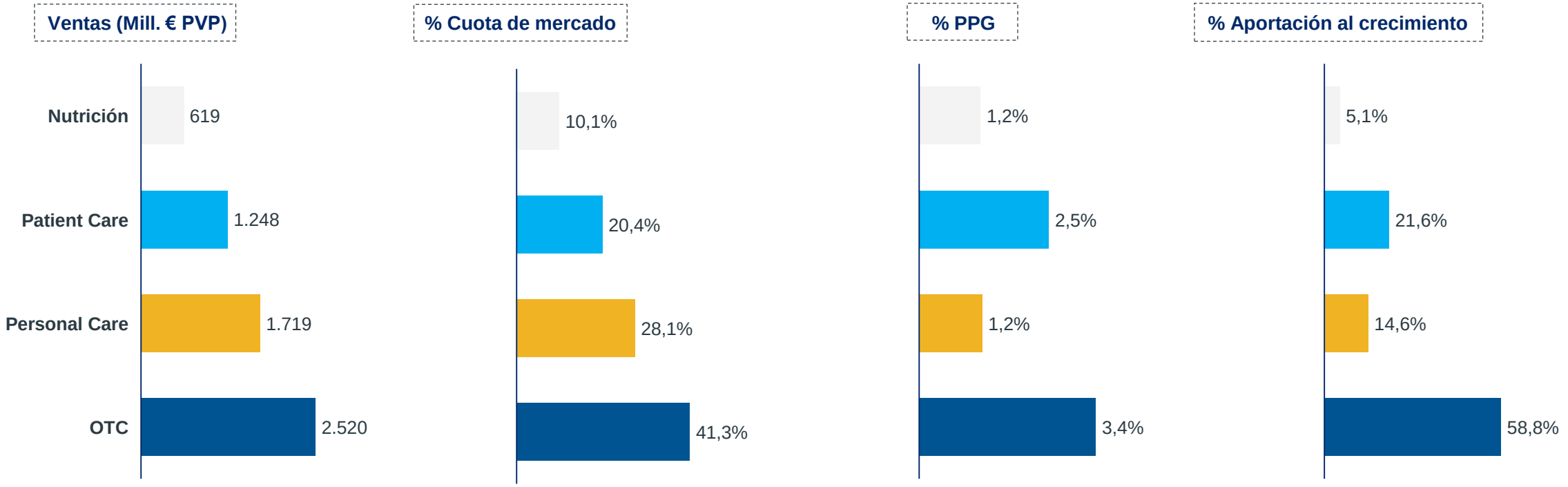
- La clase que más aporta al decrecimiento de CH en el mes de febrero es la de **productos faciales anti-edad y anti-arrugas de mujer (-0,7M€).** El producto que más contribuye al decrecimiento de esta categoría es Xhekpon (-0,2M€).
- Los **productos de incontinencia** todo en uno siguen aportando significativamente al decrecimiento al verse visto sustituidos por la clase Braga-Pañal, debido a la financiación de esta clase y a su comodidad de uso.

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 58,8% 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 +1,2%

Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 02/2020)



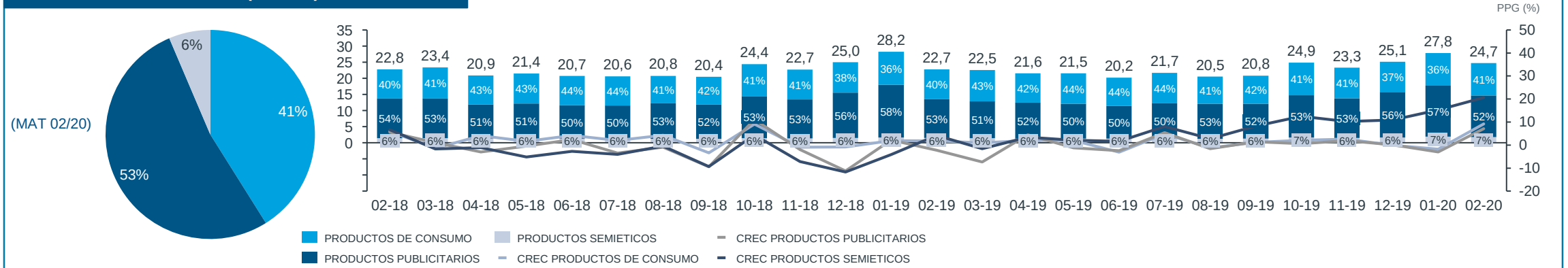
Total mercado Consumer Health a MAT/2/20: 6.106 Mill. de € con un PPG del 2,3%

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

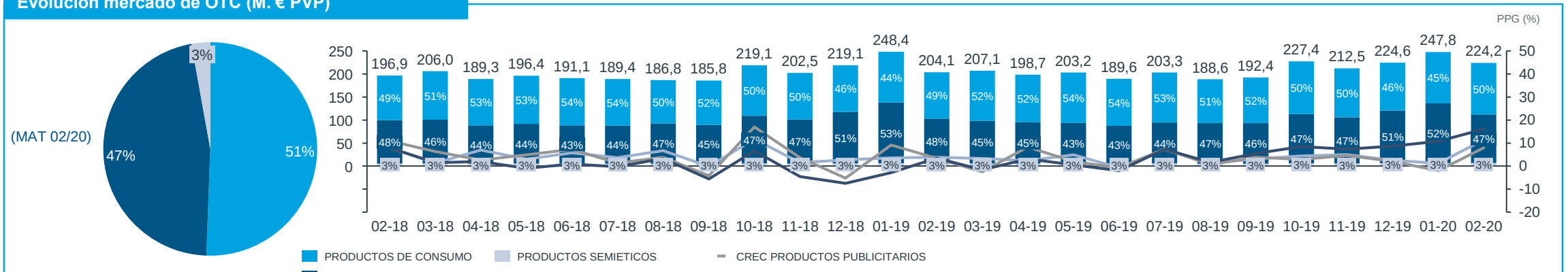
Dentro de OTC, los productos semiéticos son los que presentan un mayor crecimiento en valores (+16,1%) para el mes de febrero 2020

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

Evolución mercado de OTC (M. Unid)



Evolución mercado de OTC (M. € PVP)

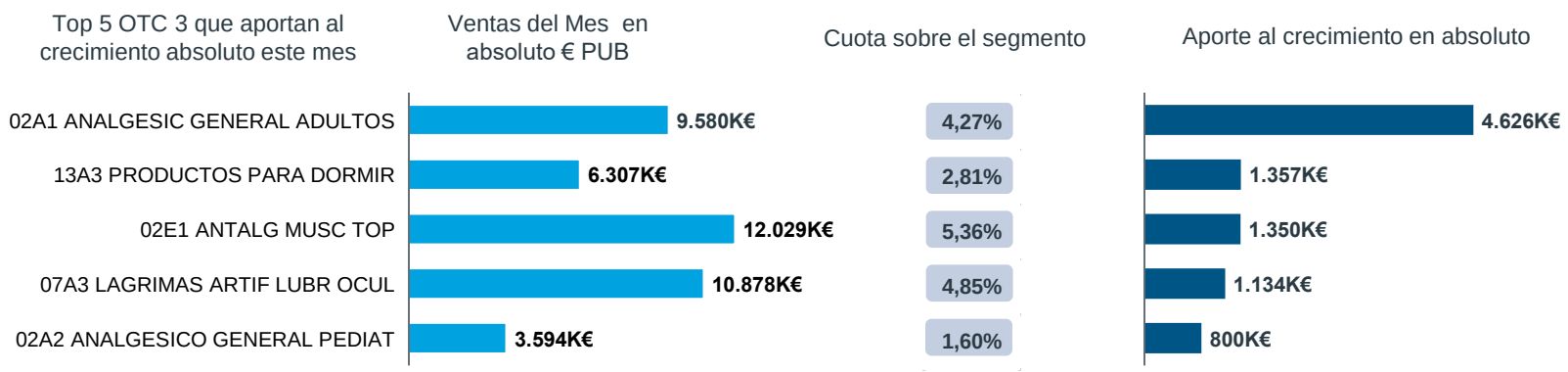


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
*Previous Period Growth

Los analgésicos generales para adultos aportan 4,6M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de febrero

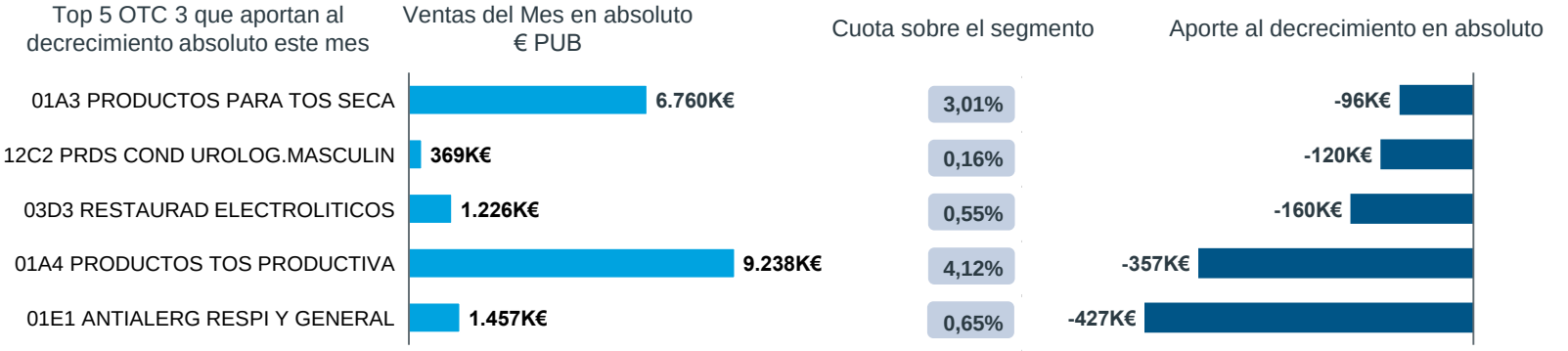
Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -1,2M€

Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con mayor aporte al crecimiento este mes de febrero sigue siendo la de **analgésicos generales para adultos (+4,6M€).** Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espididol (1,6M€) y Gelocatil (0,8M€).
- La clase de **productos para dormir** es la segunda con mayor aporte al crecimiento. Los **top 10 productos** crecen vs al mismo periodo del año anterior**.**
- **Los analgésicos tópicos son los terceros en contribuir al crecimiento de la OTC**.

Clases con mayor decrecimiento este mes

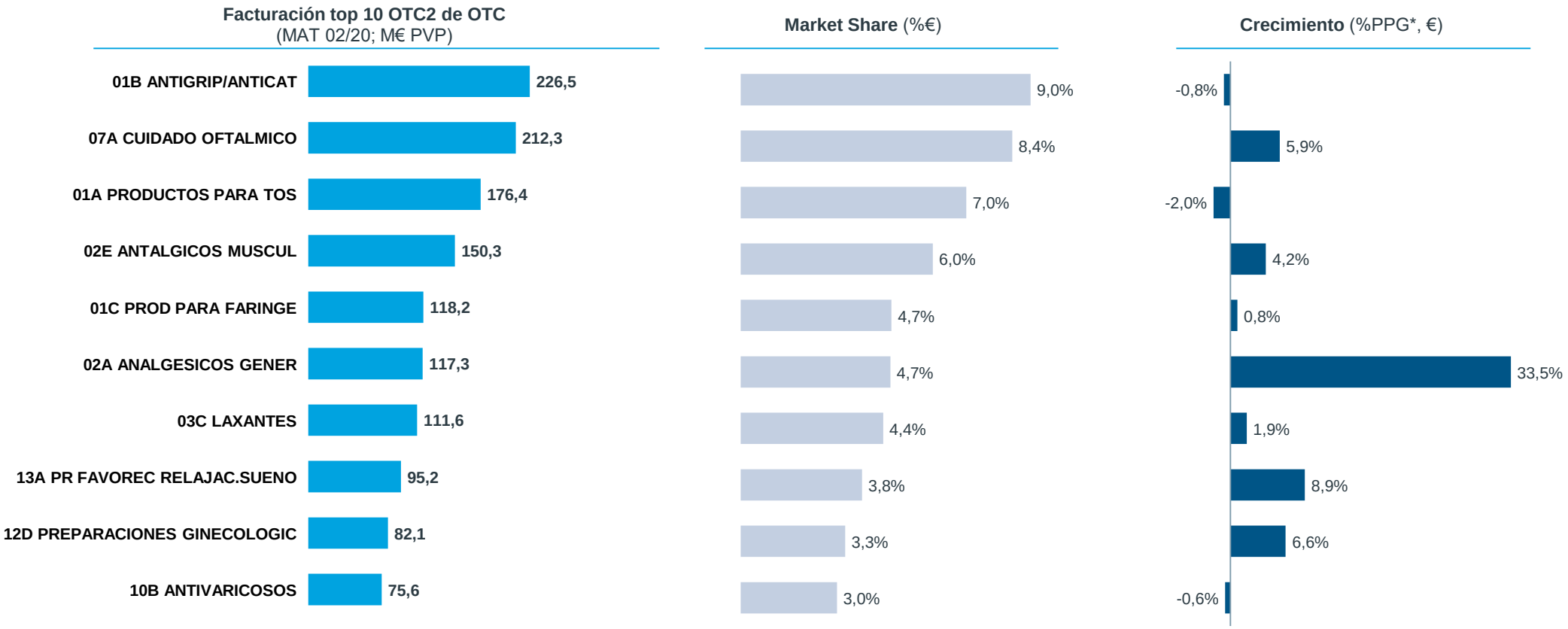


- La clase que más frena el crecimiento en el mes de febrero es la de **antialérgicos respiratorios y generales (-0,4M€)**. De los top 10 productos, sólo dos crecen respecto al mismo periodo del año anterior.
- **2** de las **top 5 clases que mas aportan al decrecimiento** en el mes de febrero son **clases estacionales de invierno**. Esto puede estar relacionado con la climatología del mes, febrero 2020 ha sido el más cálido y seco de los últimos 55 años.

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

En los últimos 12 meses, 7 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores

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



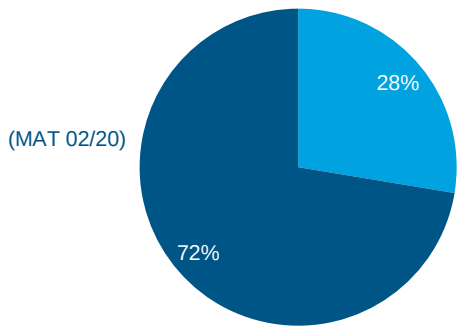
Total mercado OTC a MAT/2/20: 2.520 Mill. de € con un PPG del 3,4%

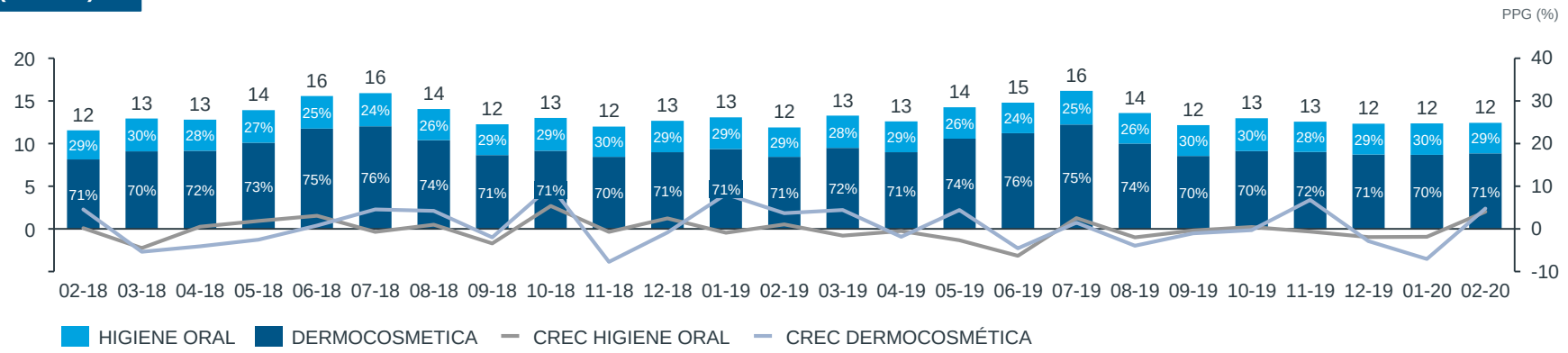
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
*Previous Period Growth

Cuidado Personal muestra una tendencia positiva tanto en unidades (+4,5%) como para los valores (+3,2%) en el mes de febrero

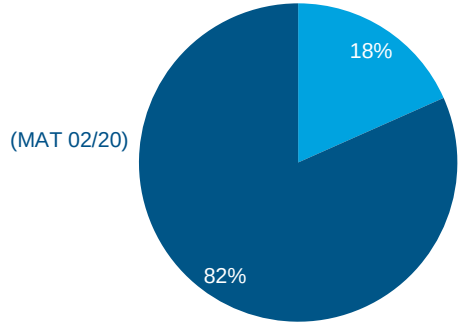
Tanto el segmento de higiene oral como el de dermocosmética muestran crecimientos en el mes de febrero, tanto en unidades como en valores

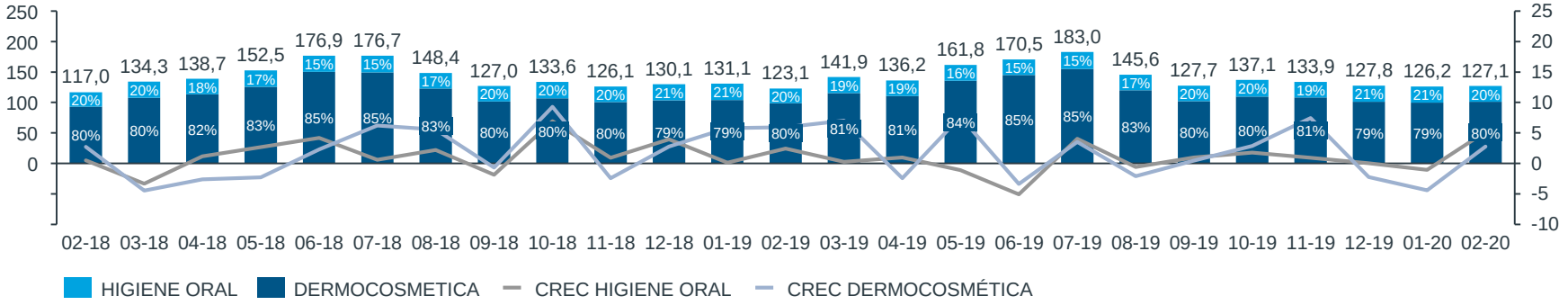
Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. Unid)





Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. € PVP)





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

La clase de productos de higiene de manos (excluyendo jabones) aporta 2,9M€ al crecimiento del segmento PEC este mes de febrero

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

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
85F1 HIG MANOS(EXC JABONES)	3.205K€	2,52%	2.923K€
83F2 PROTECTOR SOLAR ADULTOS	8.014K€	6,31%	372K€
86H1 ANTIPARASITARIOS PAR PELO	2.311K€	1,82%	282K€
87A3 DENTIFRICOS ADULTOS	6.520K€	5,13%	267K€
85D4 LUBRICANTES INTIMOS	2.831K€	2,23%	266K€

- En el mes de febrero, **la clase que más aporta al crecimiento es higiene de manos (excl. jabones),** aporta 3M€ al crecimiento de PEC, destaca en esta clase el fabricante Hartmann con un aporte de 0,8M€.
- La segunda clase que más aporta al crecimiento es la de **protectores solares adultos**, conducido por **4 de los top 5** empresas líderes en este mercado.
- En la categoría de **antiparasitarios del pelo** (0,3M€), Reckitt es el fabricante que lidera el crecimiento.

Clases con mayor decrecimiento este mes

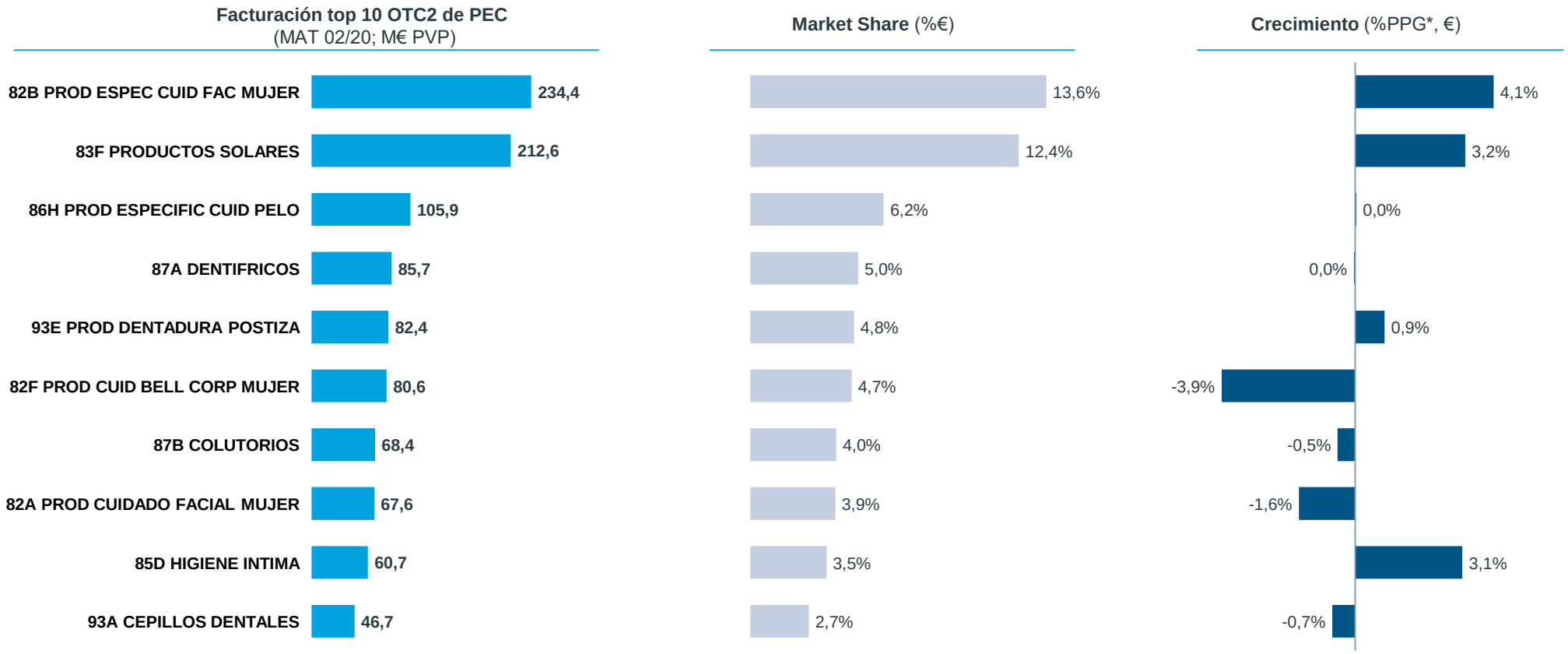
Top 5 OTC 3 que aportan al decrecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al decrecimiento en absoluto
82D2 PROD CONTORNO DE OJOS	2.723K€	2,14%	-175K€
82F1 EMOLIENT HIDRAT CORP MUJ	3.985K€	3,14%	-356K€
83D1 PRD HIDRAT Y NUTRIT MANOS	1.237K€	0,97%	-443K€
83C1 PRODUCTOS CUIDADO LABIOS	2.848K€	2,24%	-456K€
82B5 PR FAC A-EDAD&A-ARRUG MUJ	13.230K€	10,41%	-732K€

- De las clases que **evolucionan más negativamente** frenando el crecimiento, encontramos los productos faciales anti-edad y anti-arrugas femeninos, que aporta al decrecimiento de PEC -0,7M€. En esta clase, los **4 de los top 5 players** muestran tendencias negativas.
- La segunda clase que más decrece en absoluto este mes de febrero es la clase de los productos de **cuidado de labios**, que aporta al decrecimiento -0,4M€. En esta clase, **3 de los top 5 players** muestran tendencias negativas.

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

En los 12 últimos meses, 4 del top 10 clases de PEC crecen, siendo los productos especiales cuidado facial mujer y solares los de mejor evolución

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



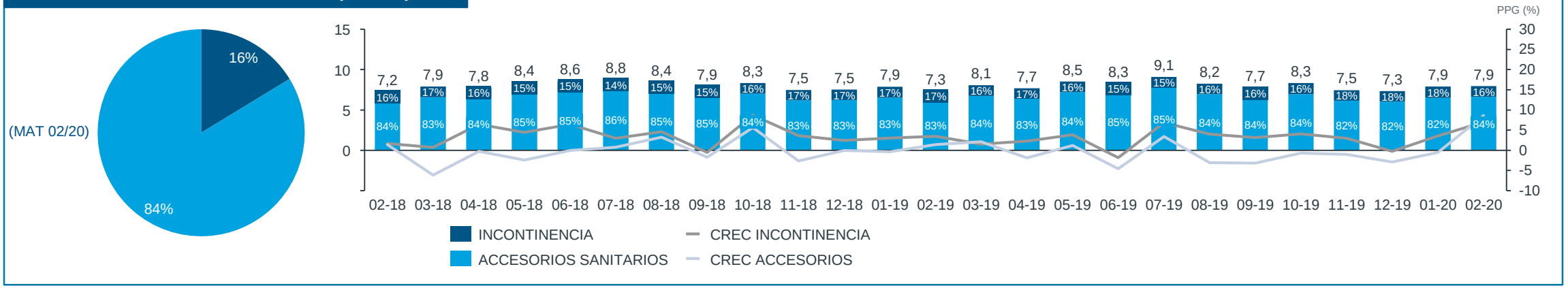
Total mercado PEC a MAT/2/20: 1.719 Mill. de € con un PPG del 1,2%

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

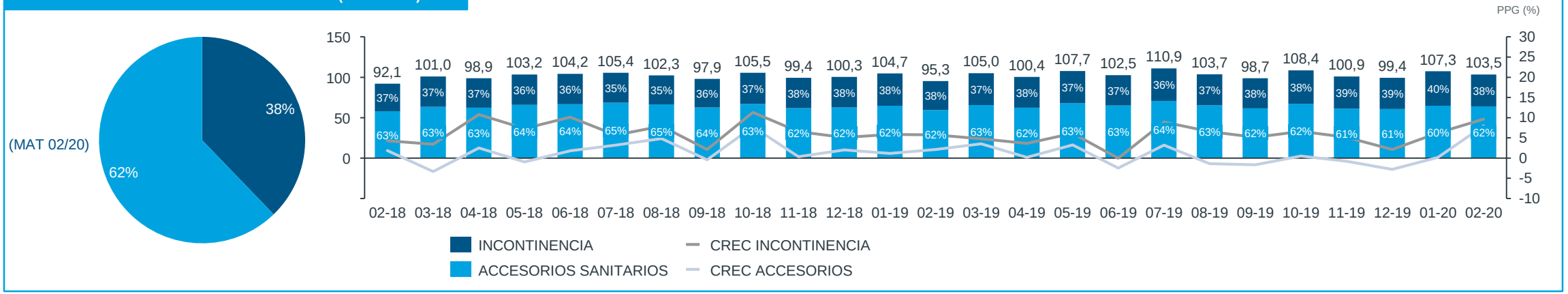
En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 62% del mercado de PAC en valores

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

Evolución mercado de PATIENT CARE (M. Unid)



Evolución mercado de PATIENT CARE (M. € PVP)

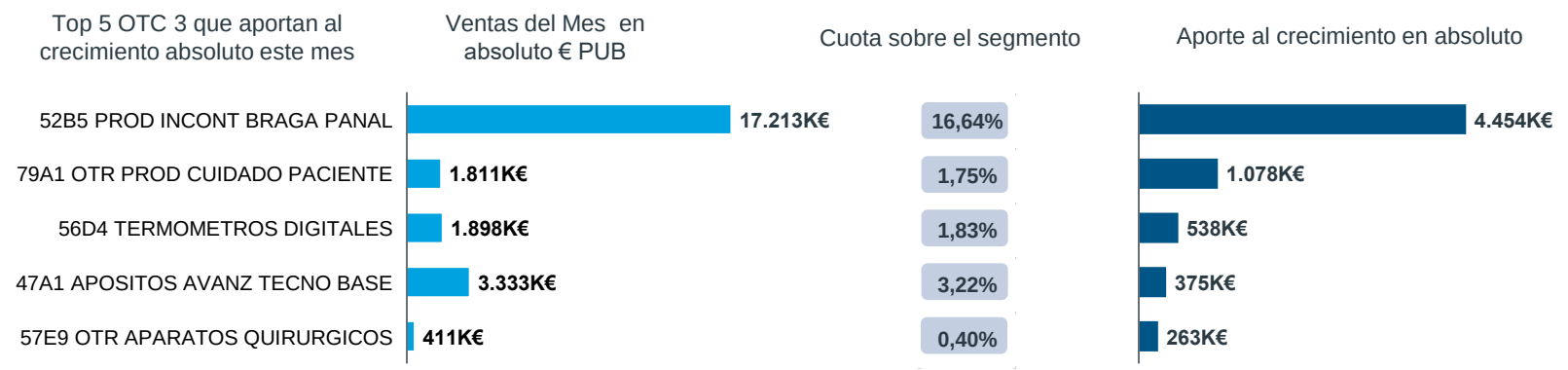


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
*Previous Period Growth

En el mes de febrero, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal siguen siendo la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC

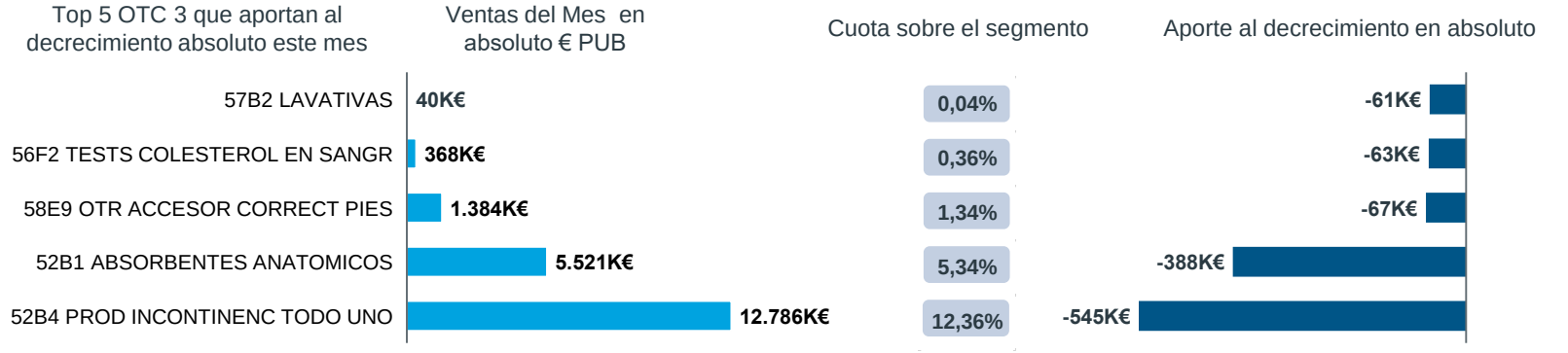
Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca de 0,5M€

Clases con mayor crecimiento este mes



- En febrero, y siguiendo la misma tendencia que los últimos meses, la clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de **Braga Pañal, creciendo 4,5M€.** Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Indas, Bimedica, Essity, Ontex ID y Hartman). 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

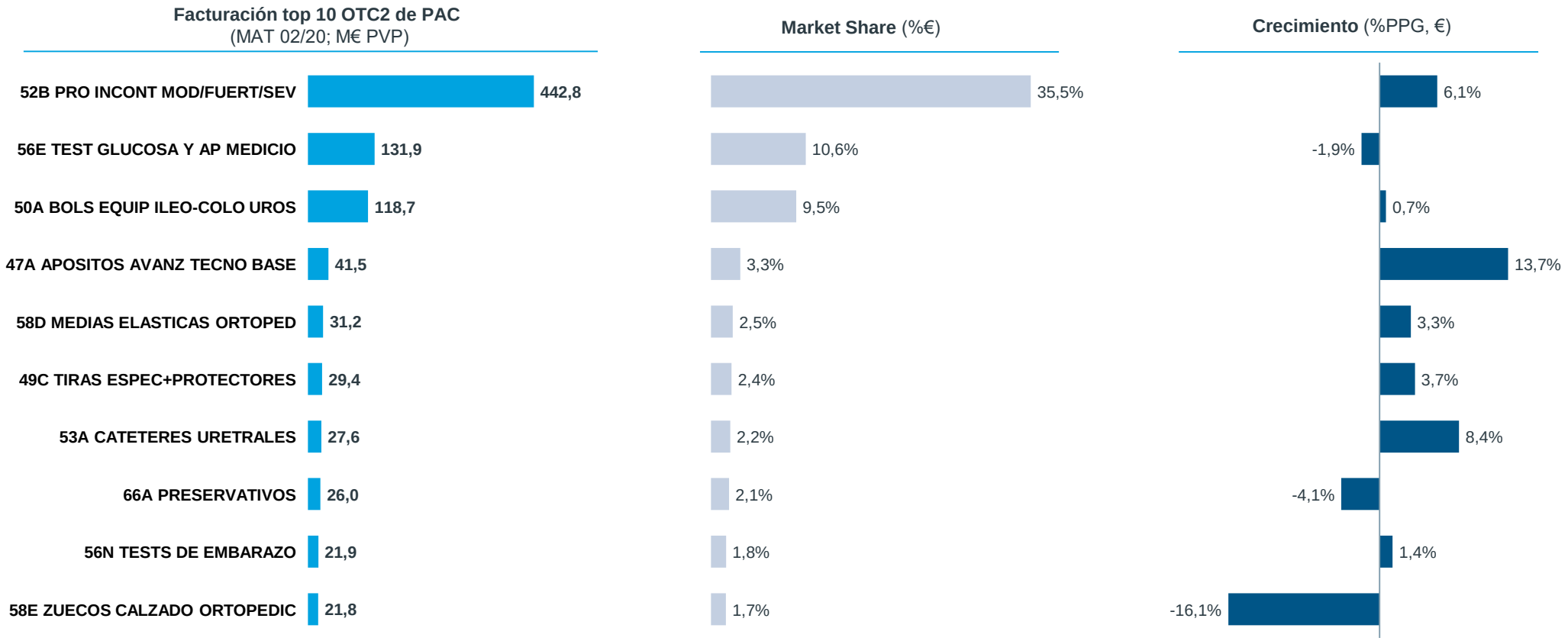


- **Decrecen 0,5M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, 3 de los Top 5 laboratorios líderes en esta clase decrecen.
- La segunda clase con mayor aporte al decrecimiento es la de **Absorbentes anatómicos** con -0.4M€ debido a la caída generalizada entre los players.
- **Estos decrecimientos explican la sustitución de los productos para incontinencia utilizados tradicionalmente por la Braga-Pañal**.

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

Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (35,5%) y presentan un crecimiento positivo en el último MAT

En el segmento de PAC decrecen 3 de las top 10 clases para el acumulado de los últimos 12 meses



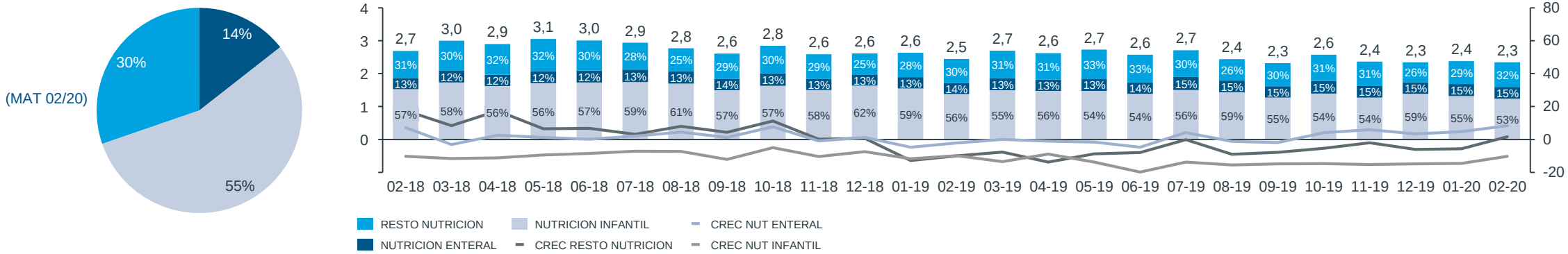
Total mercado PAC a MAT/2/20: 1.248 Mill. de € con un PPG del 2,5%

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

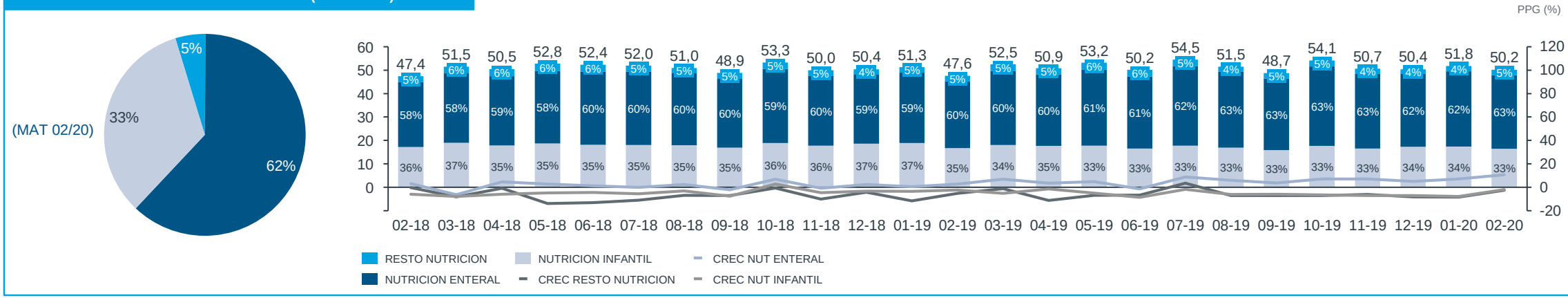
El mercado de nutrición en el último MAT se mantiene gracias al crecimiento de NUT enteral que compensa la caída de NUT infantil

Siguiendo la misma tendencia que en el acumulado, en febrero 2020 nutrición enteral crece un +10,7% mientras que nutrición infantil decrece un -2,1% y resto de nutrición un -2,3% en valores

Evolución mercado de NUTRICIÓN (M. Unid)



Evolución mercado de NUTRICIÓN (M. € PVP)

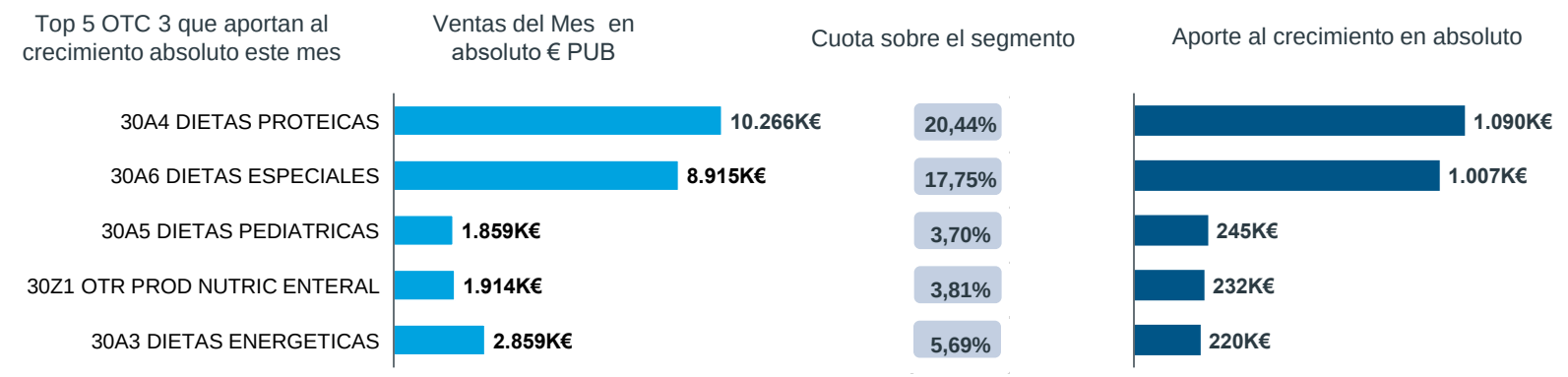


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
*Previous Period Growth

En febrero, 4 de las clases con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral

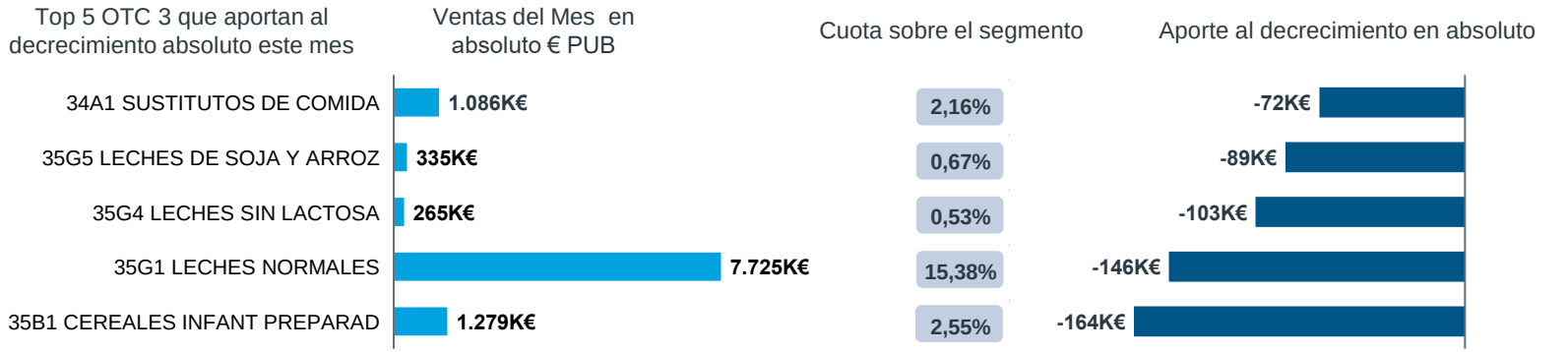
Decrecen los cereales, así como las leches normales, sin lactosa y de soja y arroz entre otras

Clases con mayor crecimiento este mes



- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~2,1M€** en el mes de febrero. Tanto en dietas proteicas como en dietas especiales observamos un crecimiento de los 4 líderes en el mercado.
- Las clase de **dietas pediátricas** se mantiene en el mes de febrero como la tercera clase que más aporta al crecimiento (0,2M€).
- La clase de **dietas energéticas** en el mes de febrero aparece dentro de las top 5 clases con mayor aporte al crecimiento

Clases con mayor decrecimiento este mes

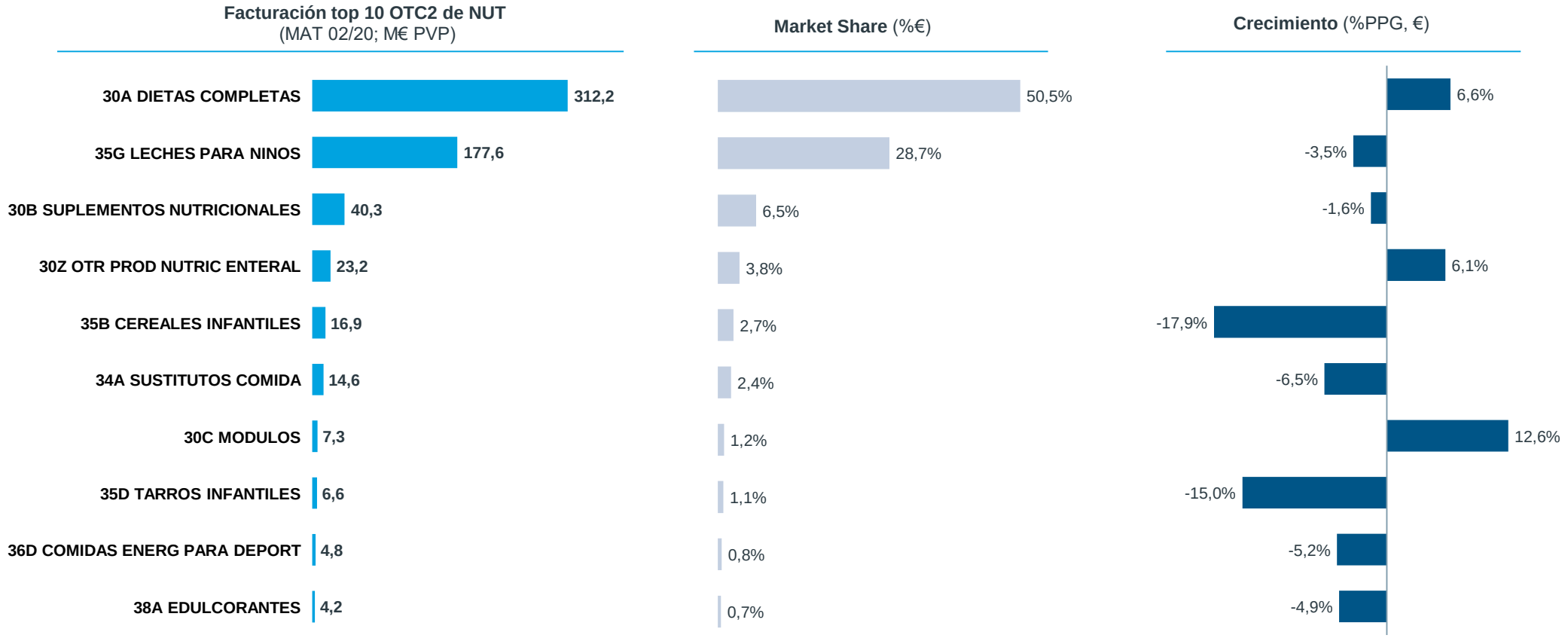


- El mercado de **cereales infantiles preparados** adelanta en febrero a la clase de leches normales **y pasa a ser es la primera clase con mayor aporte al decrecimiento,** debido a una caída generalizada de los distintos players.
- **Leches normales** pasa a ser la segunda clase que más aporta al decrecimiento del segmento NUT en el mes de febrero. Es un mercado muy concentrado, los top 5 laboratorios concentran ~90% y 3 de ellos presentan una evolución negativa.

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

El mercado de nutrición revierte su tendencia negativa, siendo la categoría de módulos la que más crece (+12,6%, +0,8M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (50,5%) y un crecimiento 6,6%

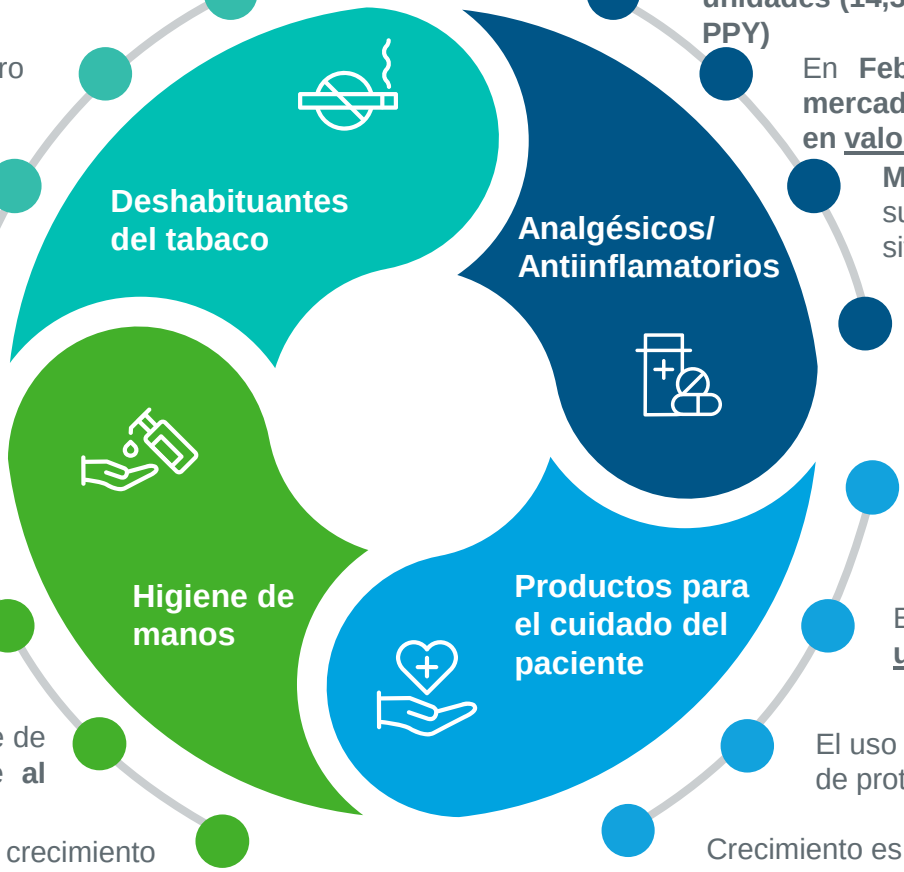


Total mercado Nutrición a MAT/2/20: 619 Mill. de € con un PPG del 1,2%

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

Deshab. del tabaco, analgésicos/antiinflam., higiene de manos y productos para el cuidado del paciente son las clases que más aportan al crecimiento

La categoría de productos de incontinencia braga pañal continua siendo la categoría que más aporta en valores al crecimiento de CH debida a su financiación



Aporta al crecimiento del **mercado de medicamentos 10M€ en valores (253% PPY)**

Revierte su tendencia negativa de Febrero 2019 (-2,9% PPY en valores)

Incorporación a la financiación por el SNS el 01/01/2020

Crecimiento liderado por el producto **Champix**

Aporta al crecimiento del **mercado de medicamentos 1,8M en unidades (14,3% PPY)** y **4,6M € en valores al mercado de CH (93,4% PPY)**

En **Febrero 2019**, solo aportaban **0,1 M en unidades al mercado de medicamentos (0,85% PPY)** y **0,3M € (7,1% PPY) en valores al mercado de CH**

Mayor control de la dispensación de medicamentos sujetos a prescripción médica y posible influencia de la situación actual del **COVID-19**

Nolotil es el producto que más aporta al crecimiento en **unidades** en el **mercado de medicamentos** y **Espididol en valores al mercado de CH**

Aporta al crecimiento **del mercado de CH 2,9 M€ en valores (1034% PPY)**

En **Febrero 2019**, esta categoría solo aportaba **70K € al mercado de CH (32,5% PPY)**

Actualmente se esta recomendando la higiene de manos como una medida preventiva frente **al COVID-19**

Los productos que más contribuyen a este crecimiento son **geles hidroalcohólicos**

Aporta al crecimiento del **mercado de CH >0,1 M en unidades (329% PPY)**

En **Febrero 2019,** esta categoría solo aportaba **11K unidades** al **mercado de CH** (34,7% PPY)

El uso de mascarillas se ha visto incrementado como medida de protección frente al **COVID-19**

Crecimiento es conducido por las **mascarillas**

Catetorías analizadas: N07B Deshabituantes del tabaco y N02B Analgésicos no narcóticos antipiréticos en el merdado de medicamentos; 02A1 Analgésicos generals adultos, 85F1 Higiene de manos(exc jabones) y 79A1 Otros productos del cuidado del paciente. En analgésicos/antiinflamatorios incluimos: N02B Analgésicos no narcóticos antipiréticos y 02A1 Analgésicos generales adultos
PPY: Crecimiento frente al mismo periodo del año anterior

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de febrero 2020

Marzo 2020

© 2020. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries.