

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de febrero 2020

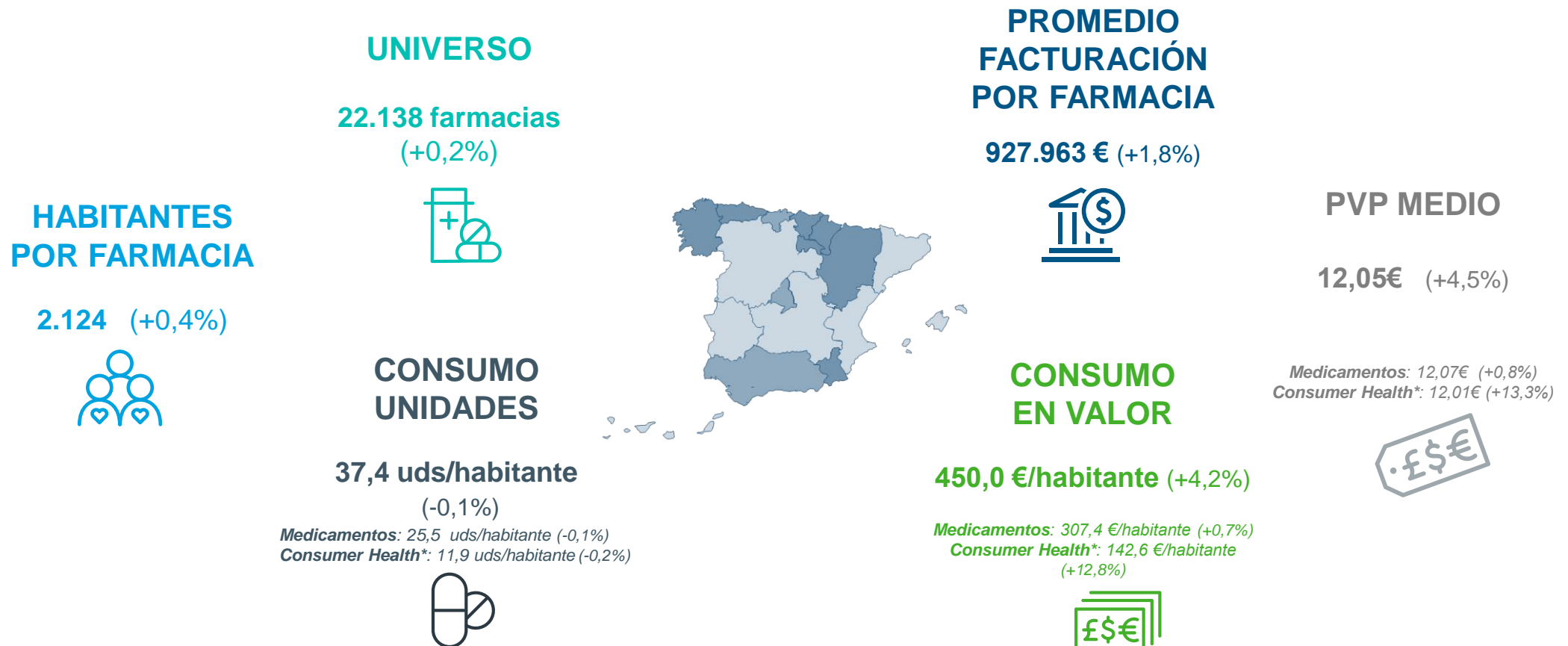
Marzo 2020



Índice

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

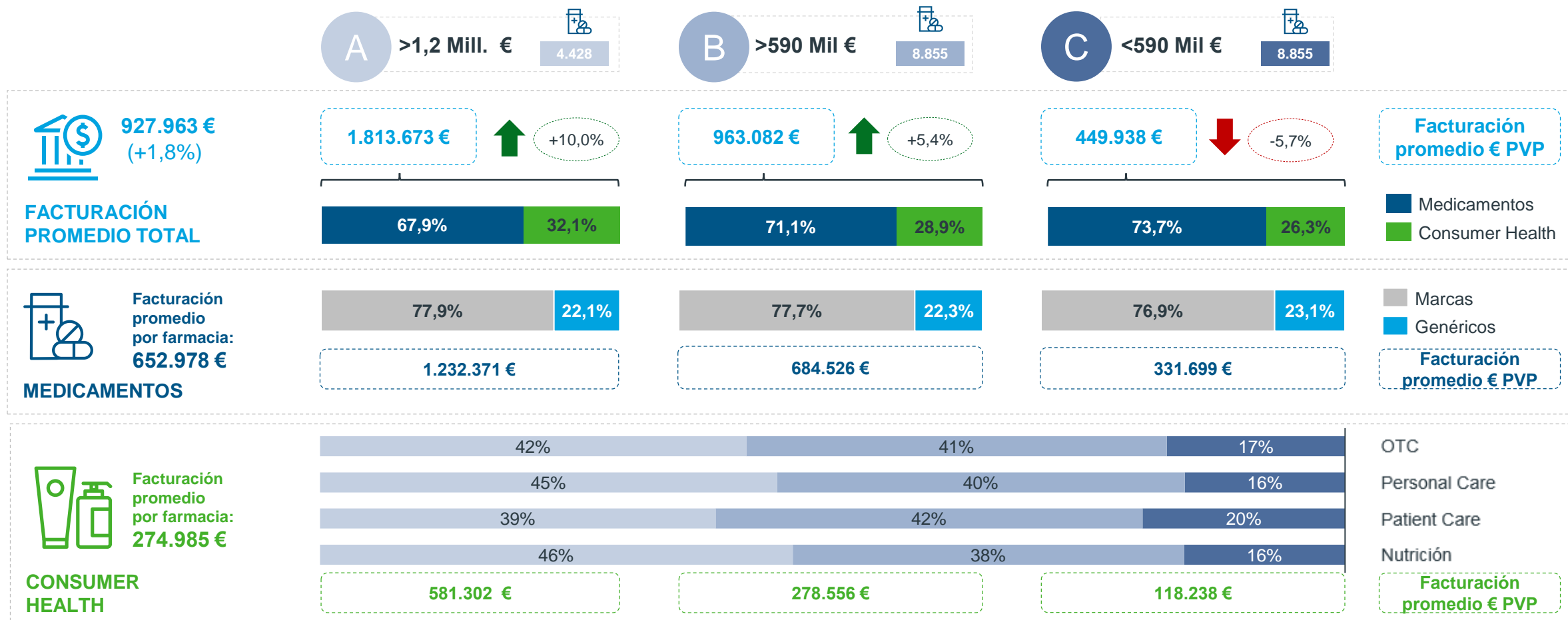
España cuenta con 22.138 farmacias, las cuales facturan de promedio 928K€ con un PVP medio de 12,05€



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

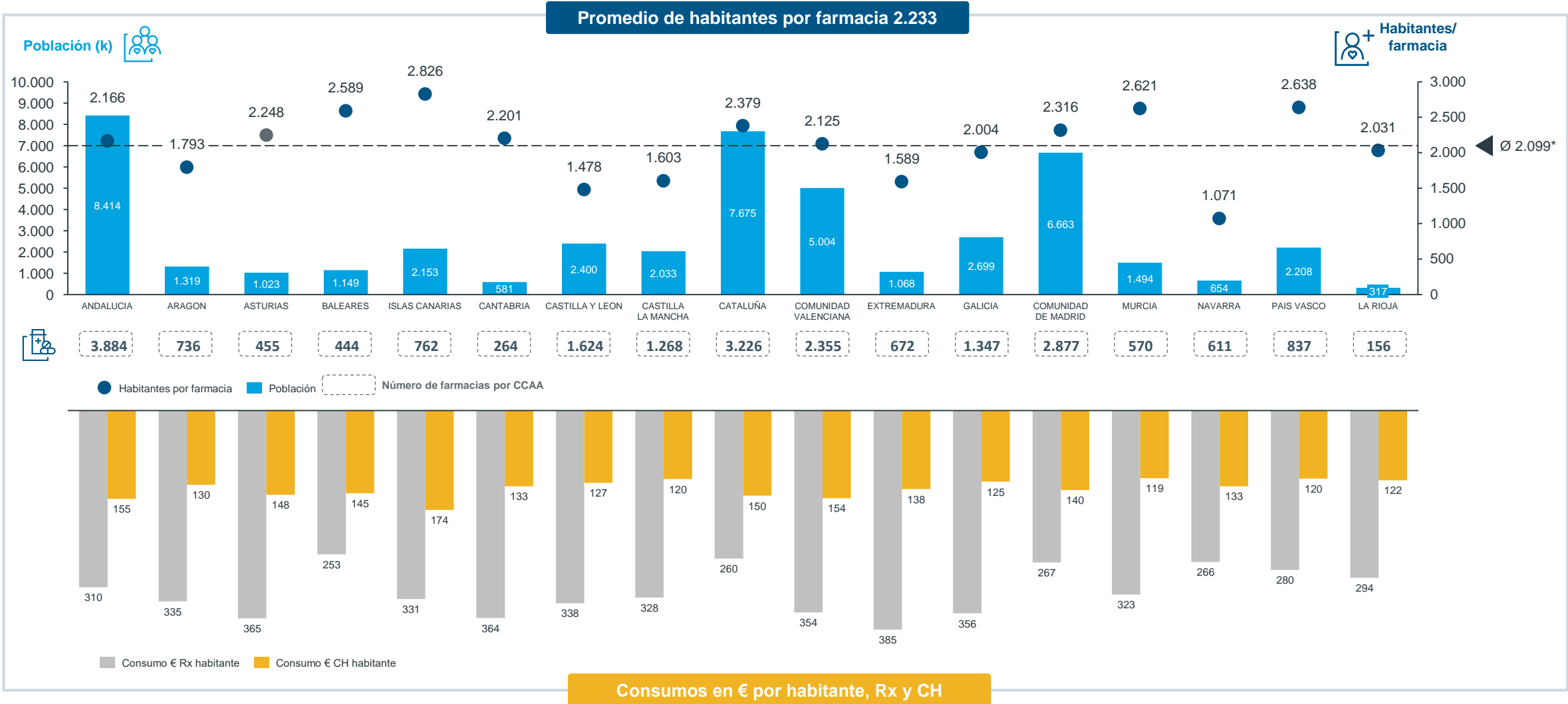
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 1,8% en el último año, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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



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

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



Fuente: datos 2019
*Ceuta y Melilla no incluidas

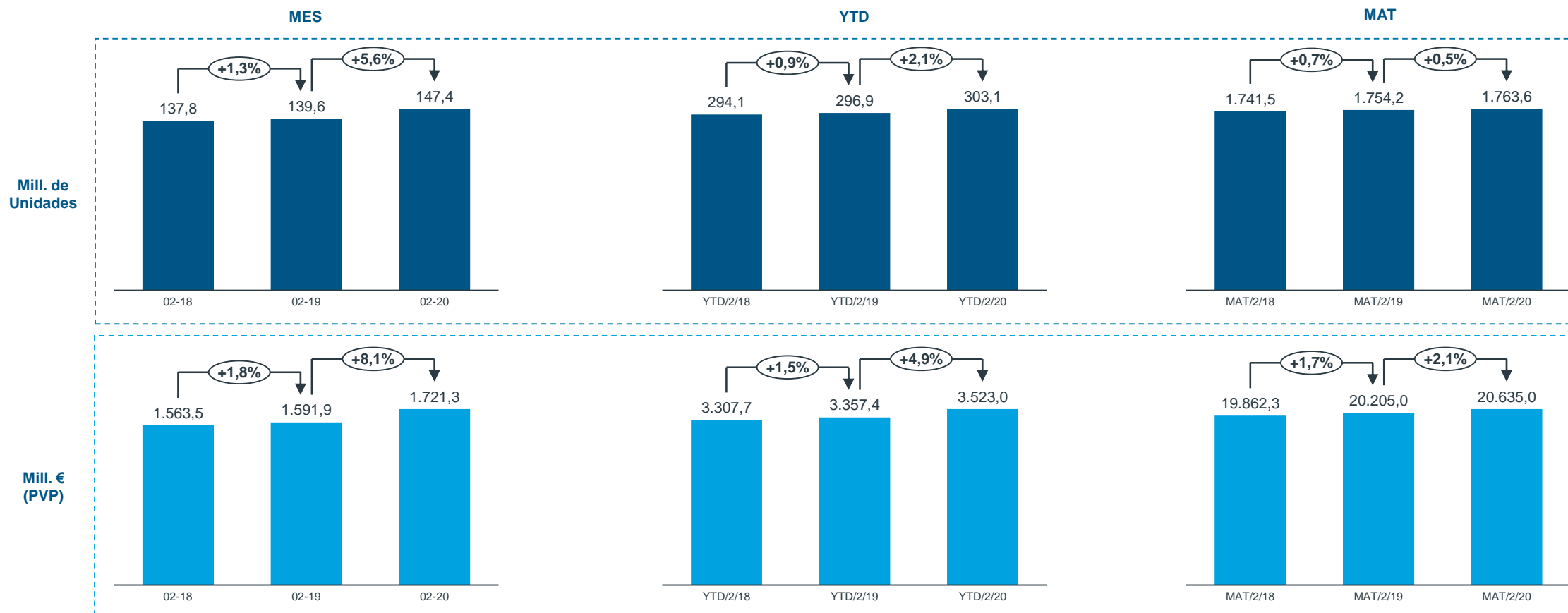


Índice

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

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

Total mercado farmacéutico

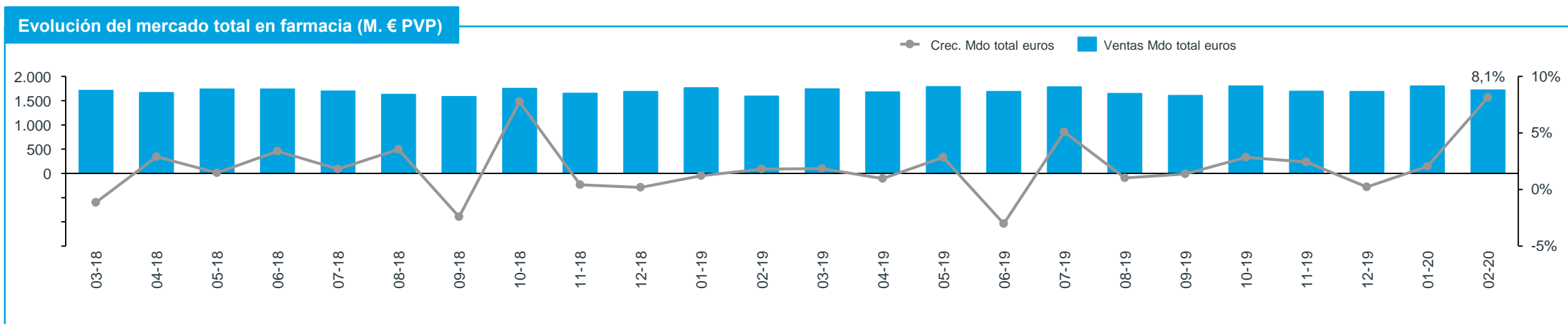
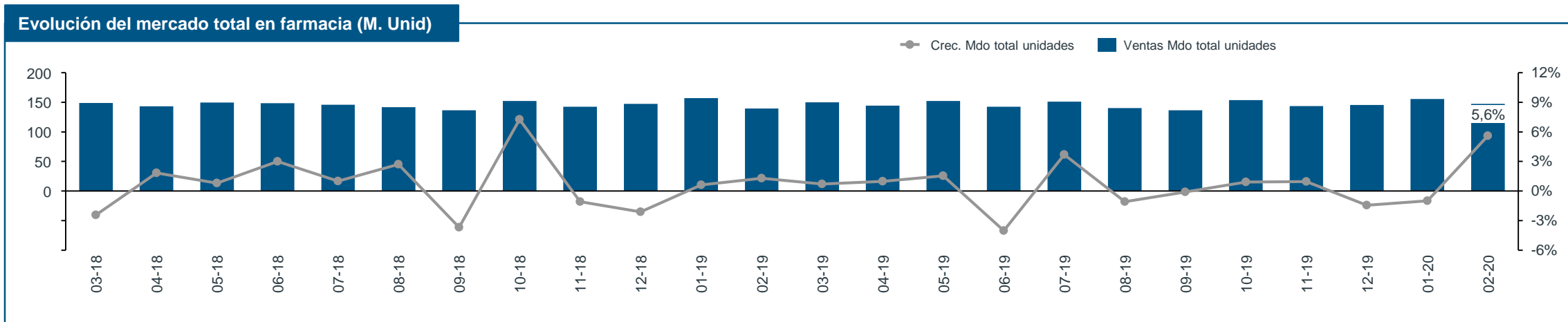


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

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



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

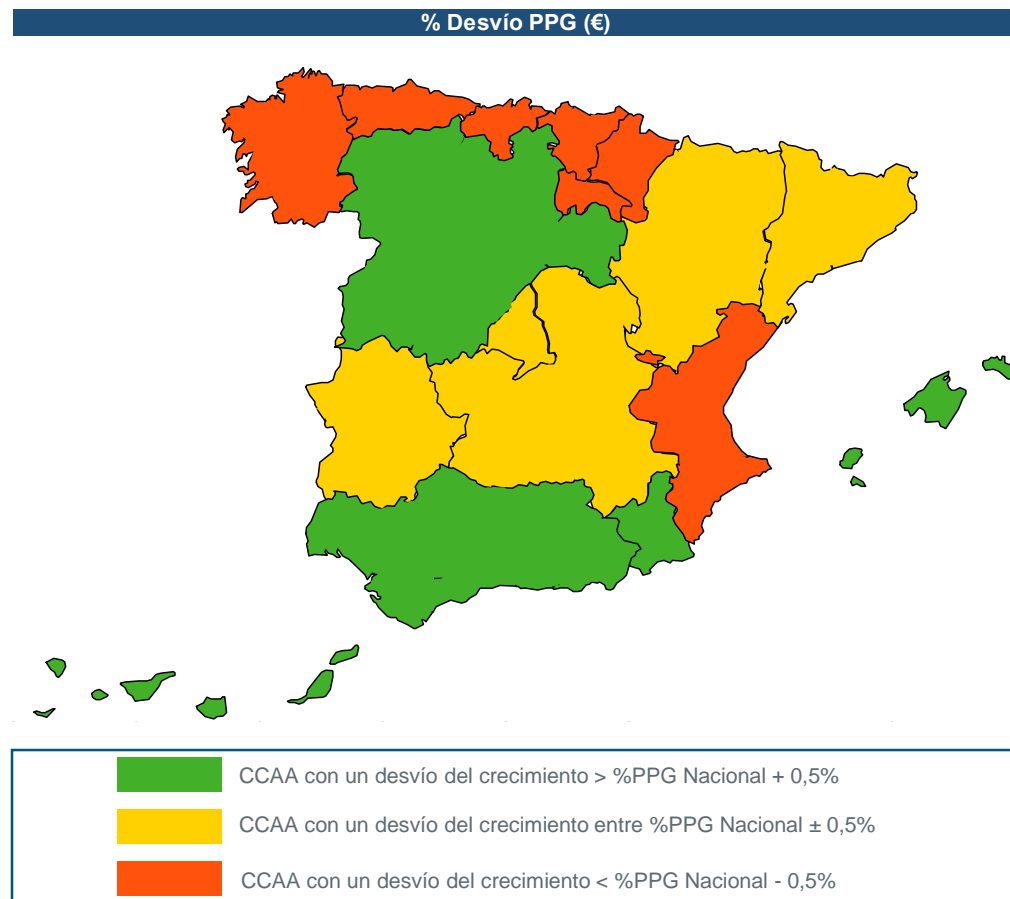
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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



MAT/2020	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación 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%

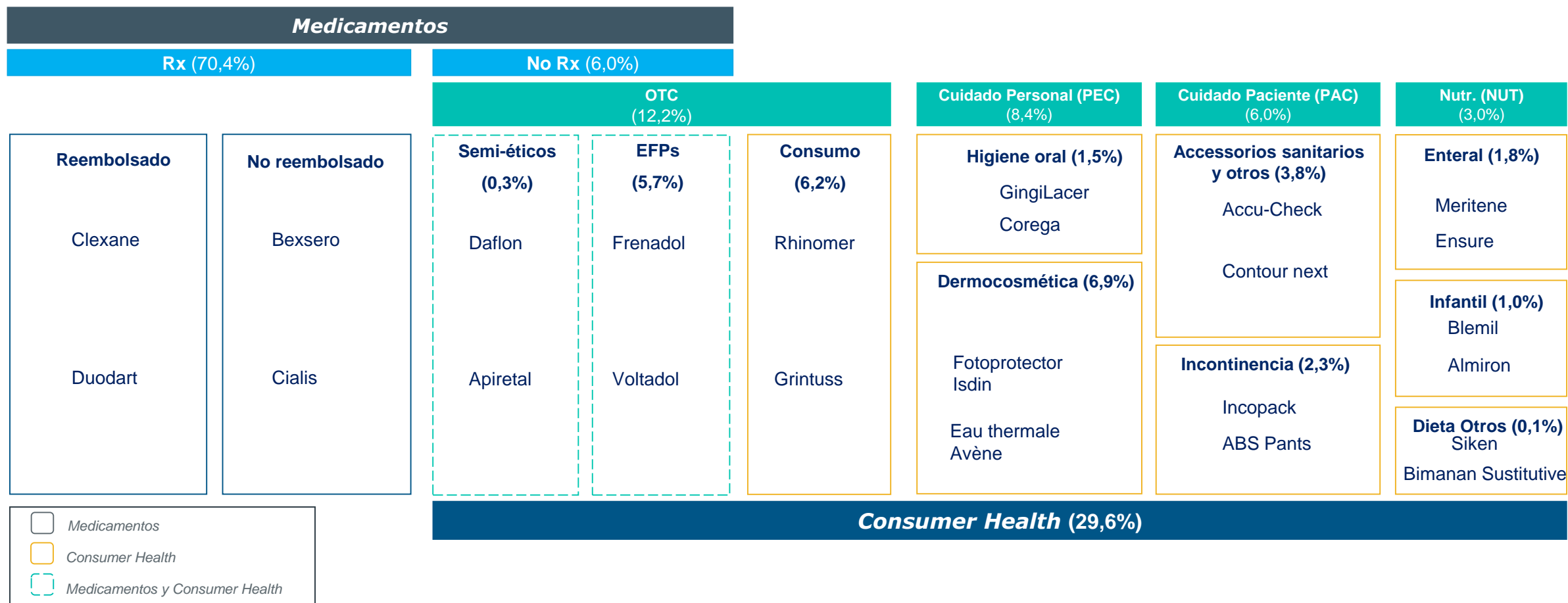


Índice

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

El mercado farmacéutico español se compone de medicamentos y productos de Consumer Health

Hay un solape entre los dos segmentos: los semi-éticos y los medicamentos publicitarios se incluyen en ambos mercados en los respectivos análisis



Los % se refieren al peso en valor de cada segmento a MAT 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

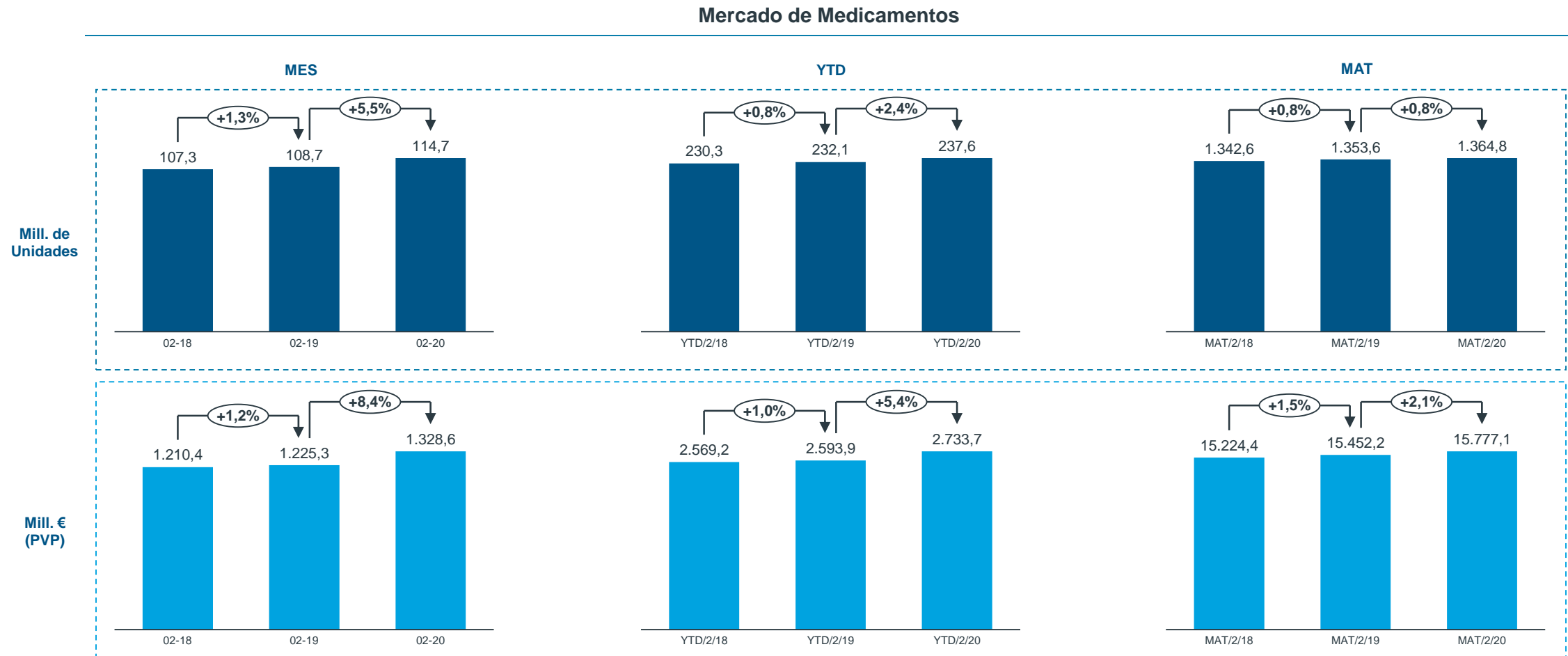


Índice

- + 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

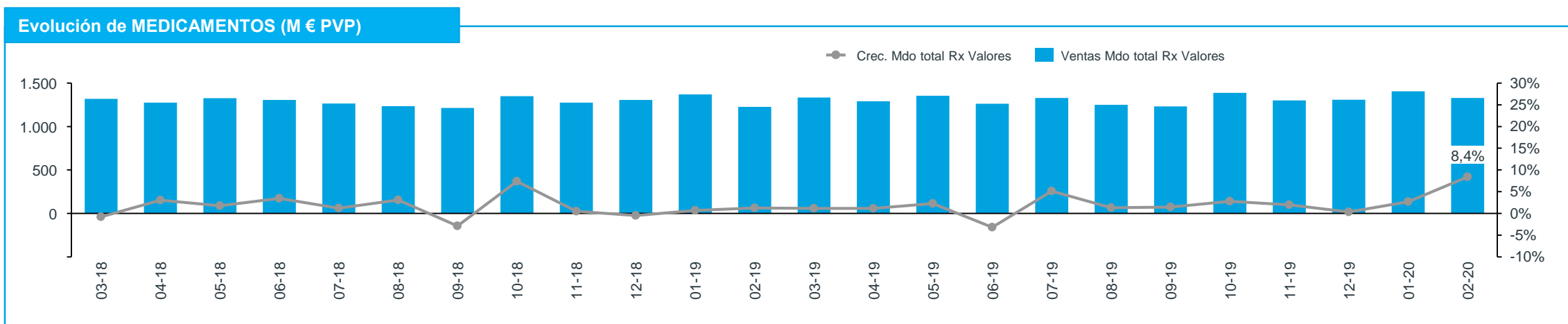
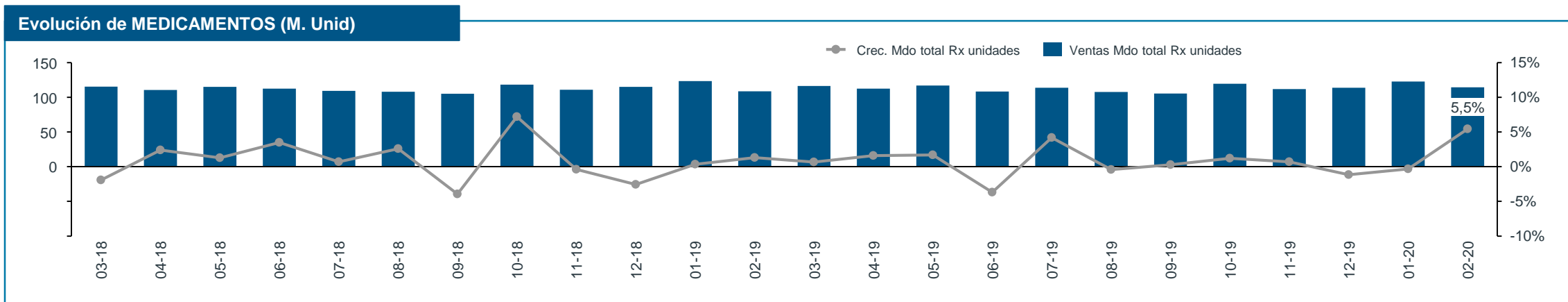


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

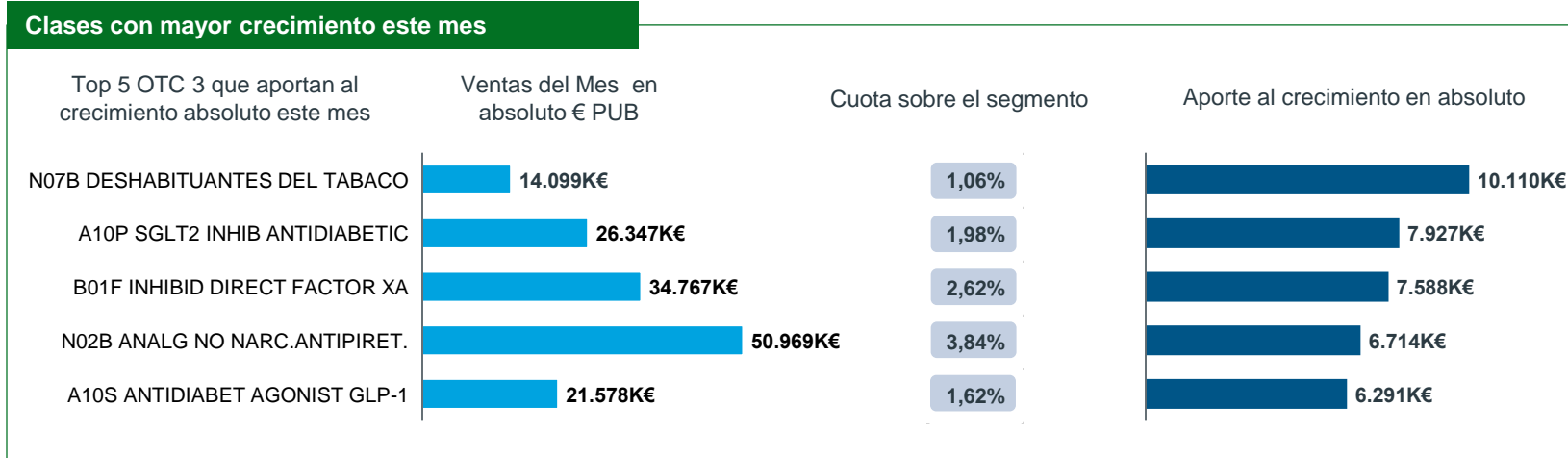
En el mes de febrero el mercado crece en valores (+8,4%) y también crece en unidades (+5,5%) vs el mismo periodo del año anterior



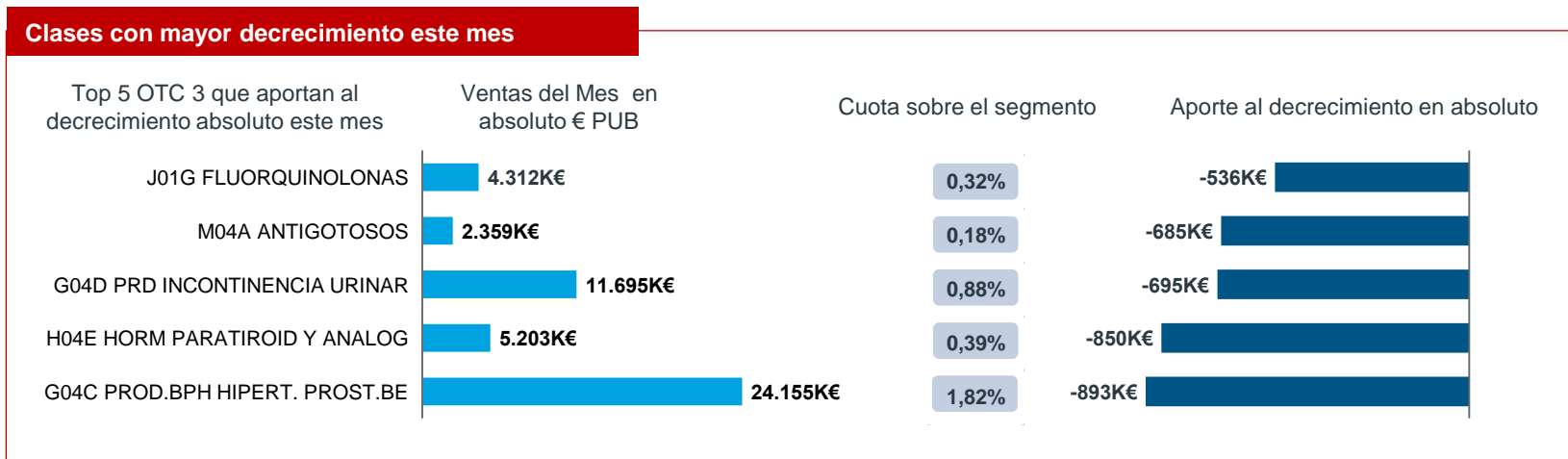
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los deshabitantes 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



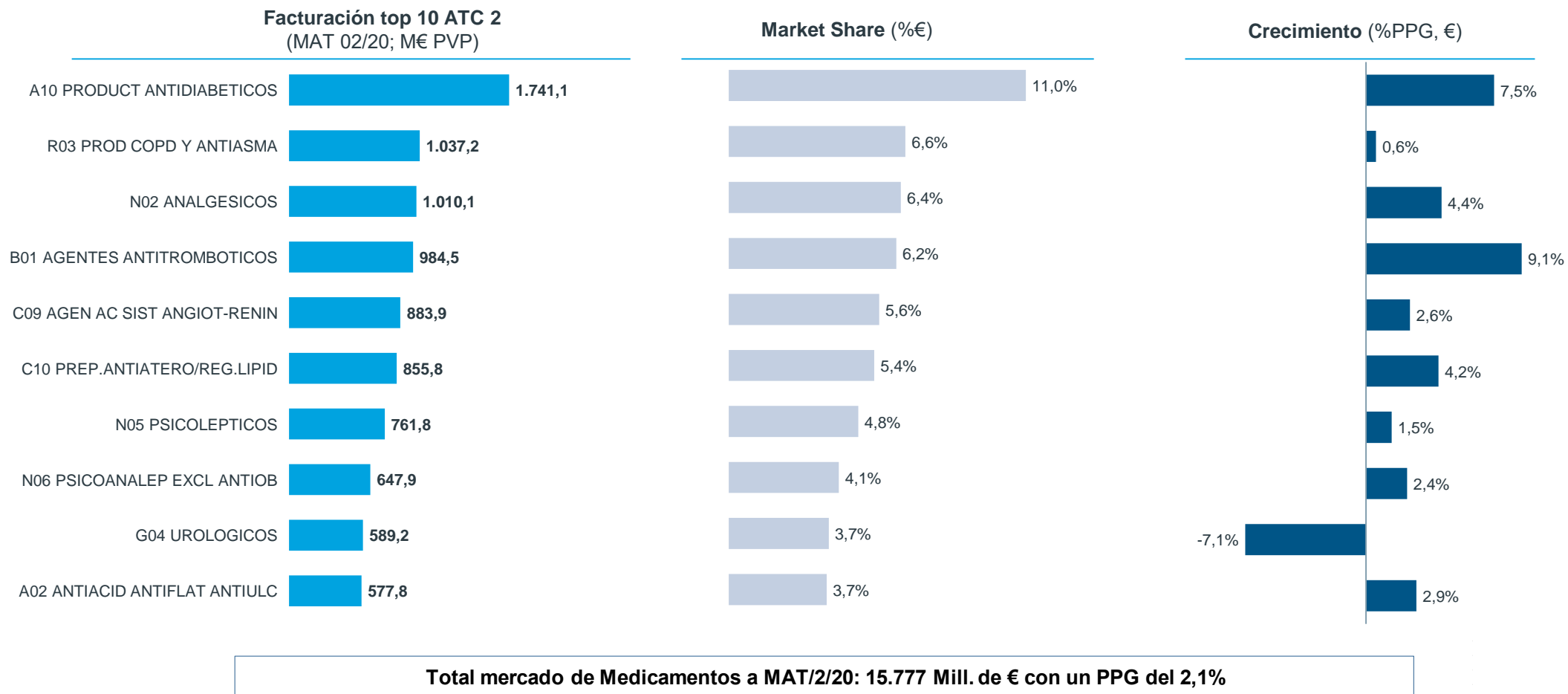
- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de **Deshabitantes del tabaco**, su crecimiento se ha visto favorecido por la financiación de Champix a partir del 1 de Enero de 2020.
- **Los Antidiabéticos** inhibidores SGLT2, su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Synjardy (1,8M€) y Jardiance (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€).



- 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 paratiroides y análogas**, el principal impulsor del decrecimiento es Forsteo (-1,5M€) debido a su bajada de precio en el mes de Febrero.

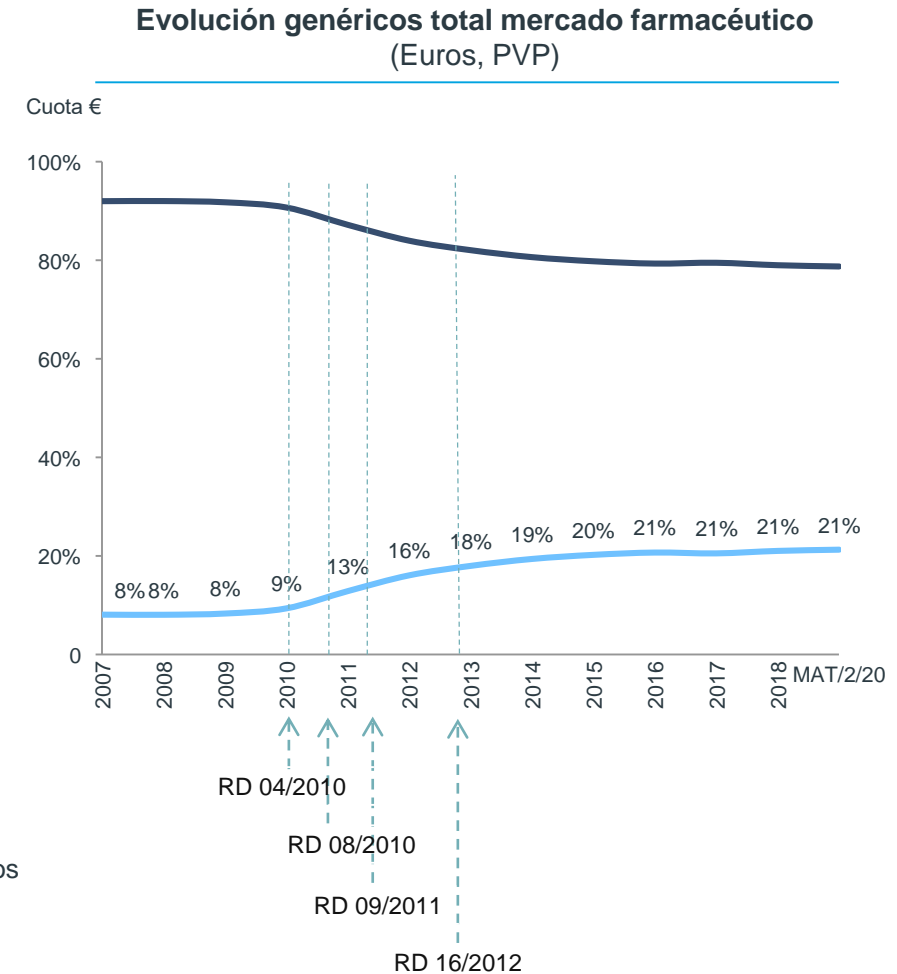
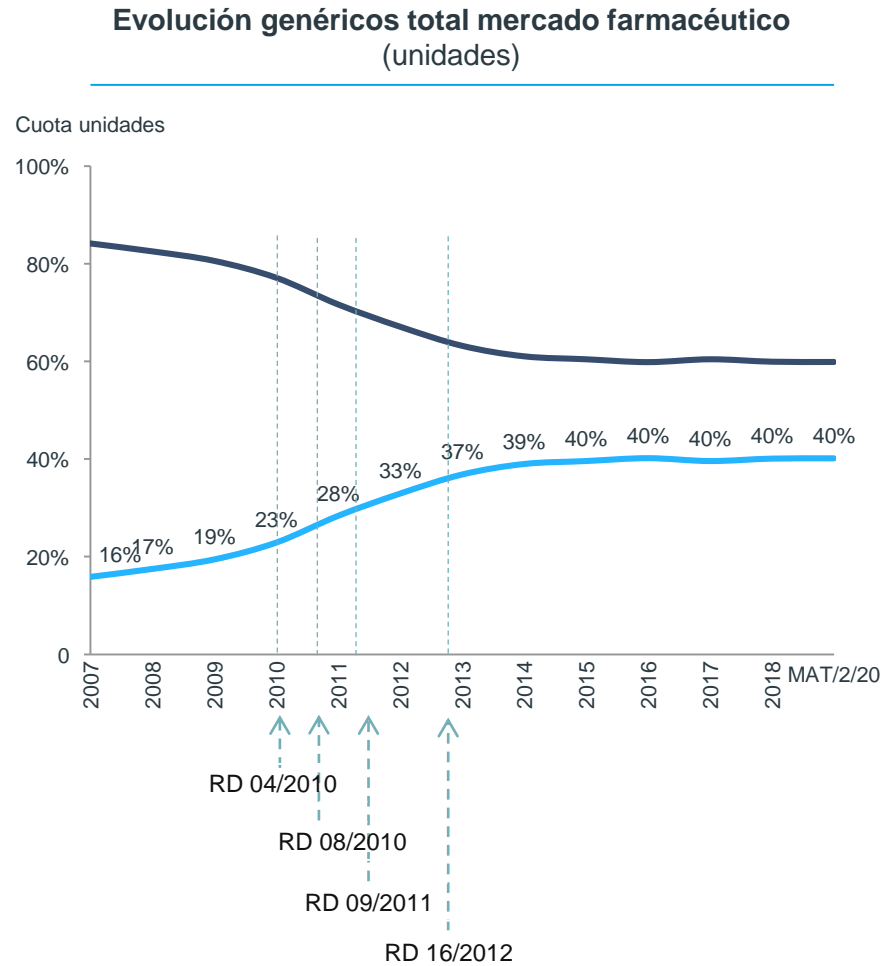
Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases con mayores crecimientos del mercado de medicamentos en el acumulado

Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase Antiepilepticos (+34,7M€) y Vacunas (+14,8M€)



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

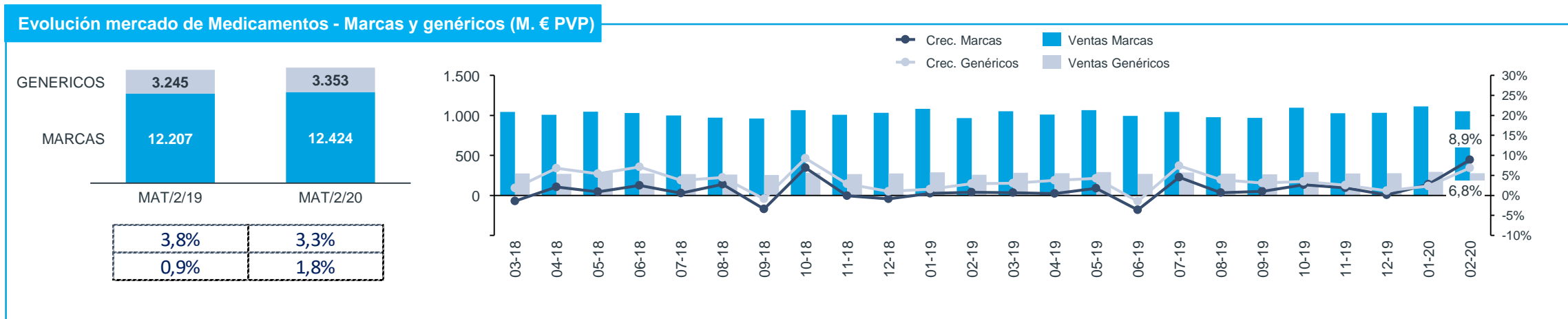
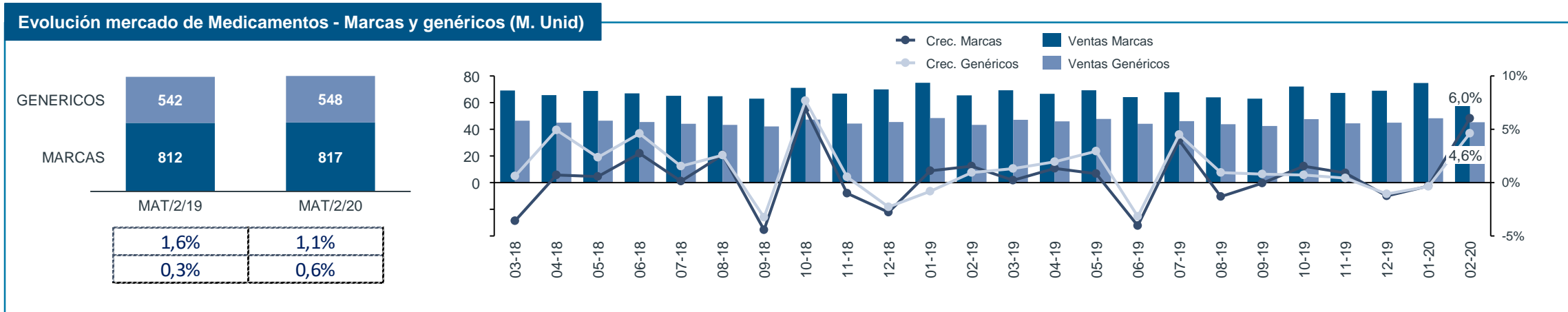
Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje es del 21% en valores



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

En el mes analizado, las marcas crecen por encima de los genéricos en valores 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

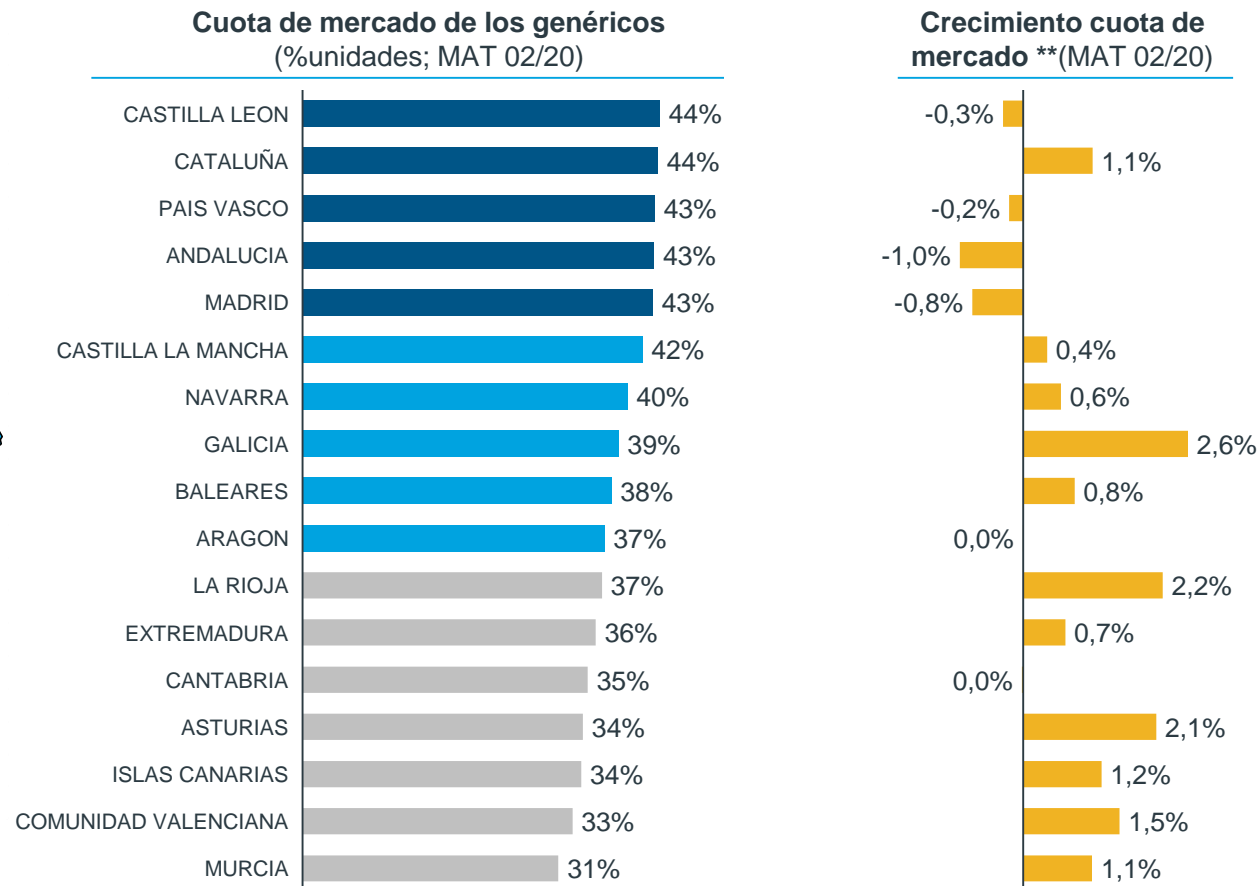
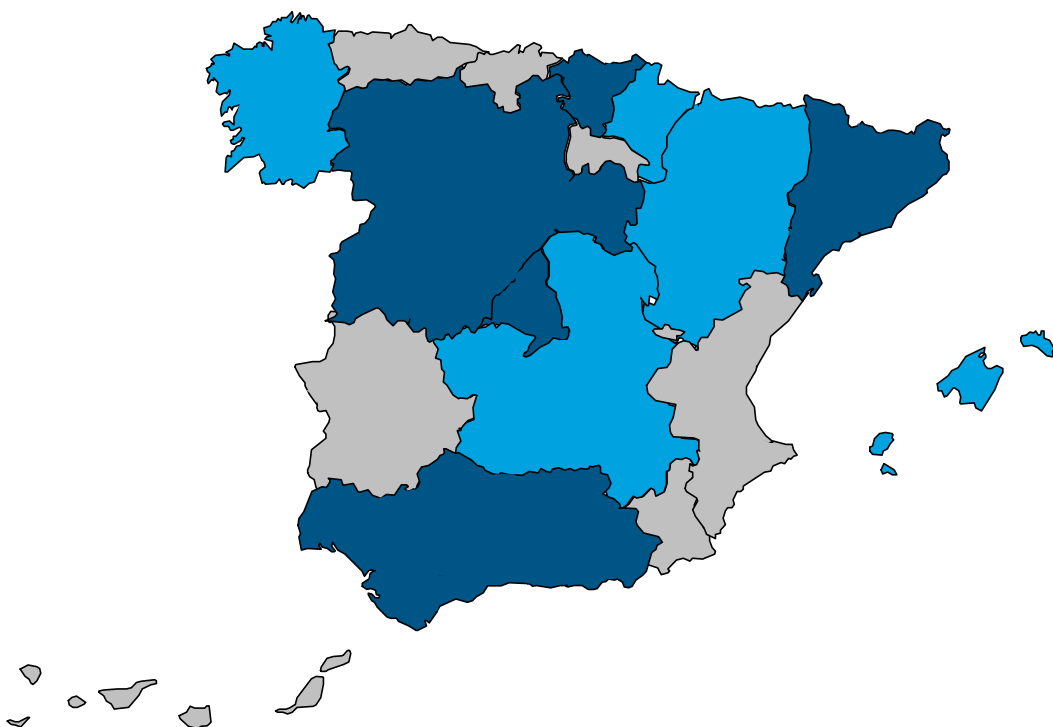


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

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

Sin embargo, si analizamos el crecimiento de cuota de genéricos, observamos tendencias negativas en Castilla y León, País Vasco, Andalucía y Madrid



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 6.300 farmacias



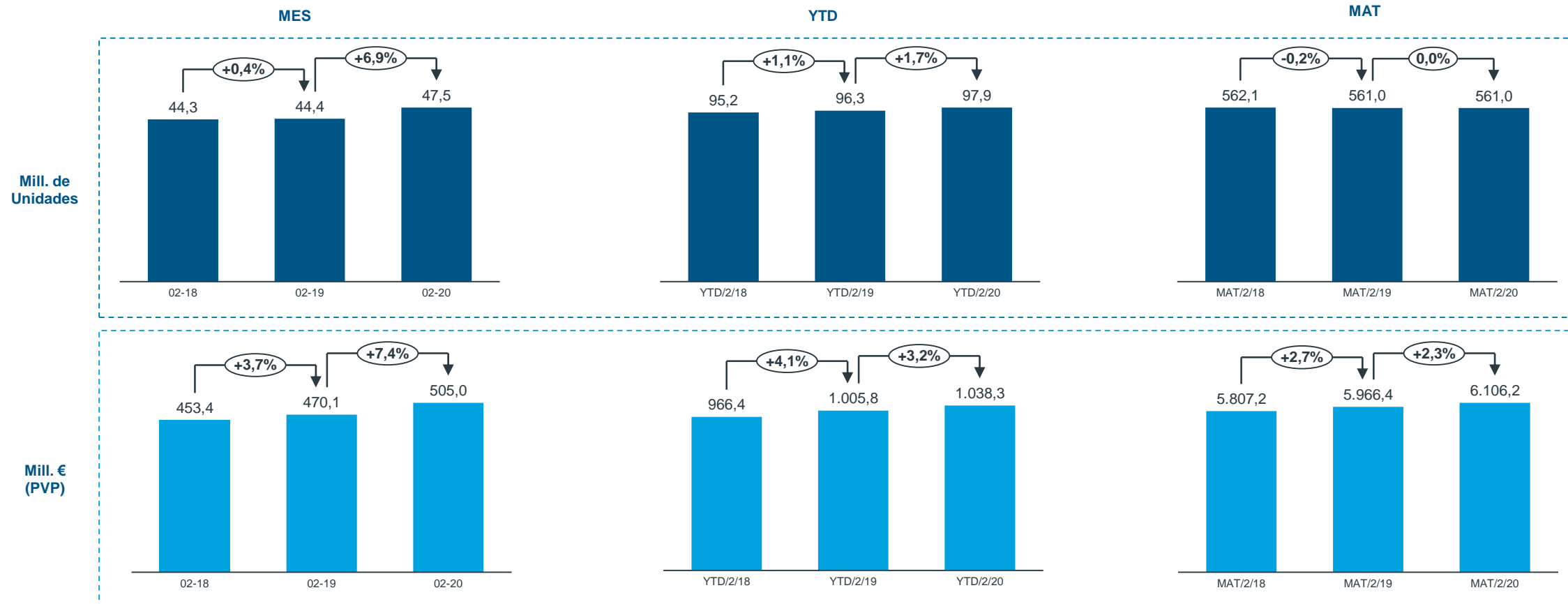
Índice

- + 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

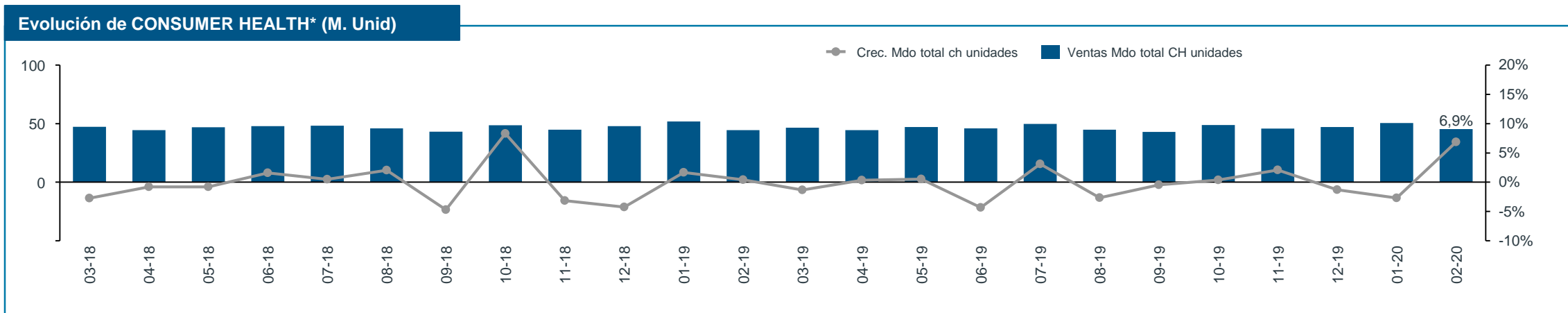


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

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

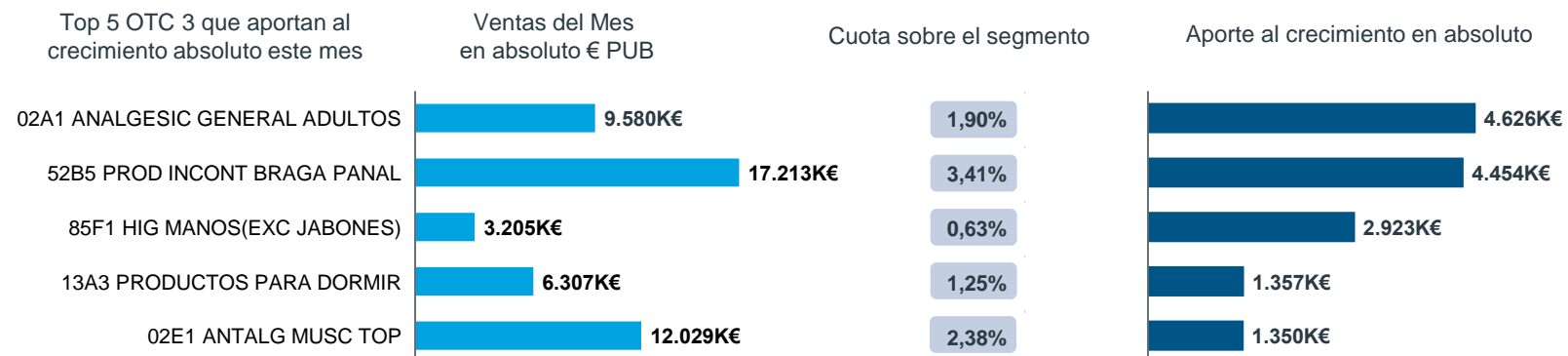


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

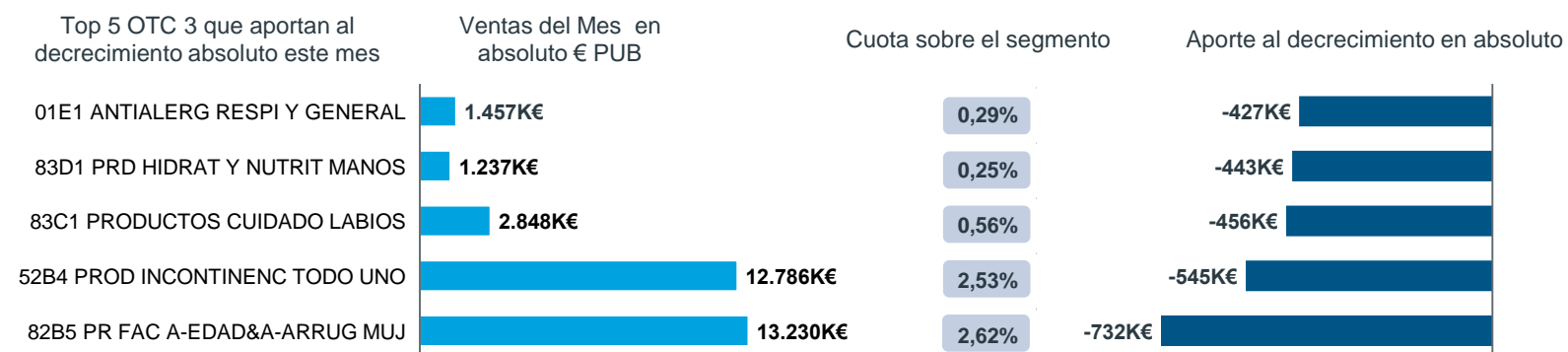
El intercambio en los productos de incontinencia se debe a nuevas presentaciones financiadas de uso más cómodo que las anteriormente disponibles

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 Espidolol (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)

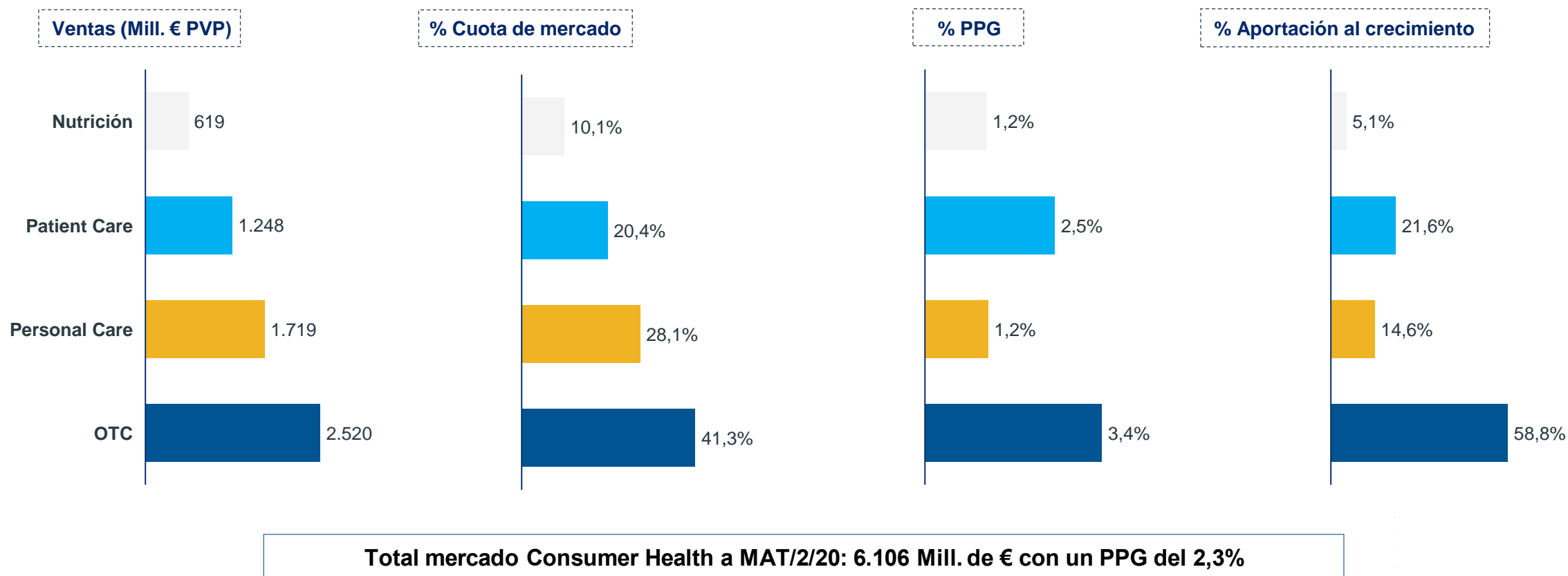
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC

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%

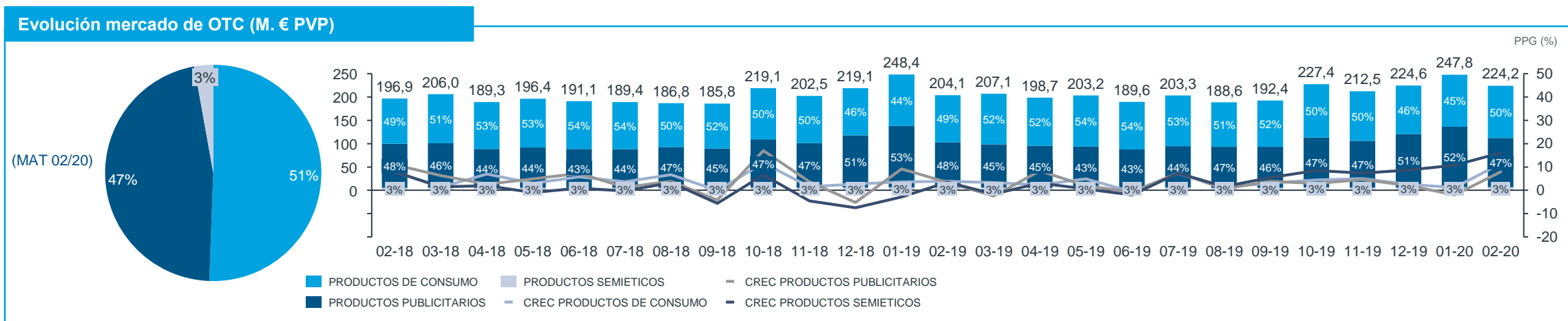
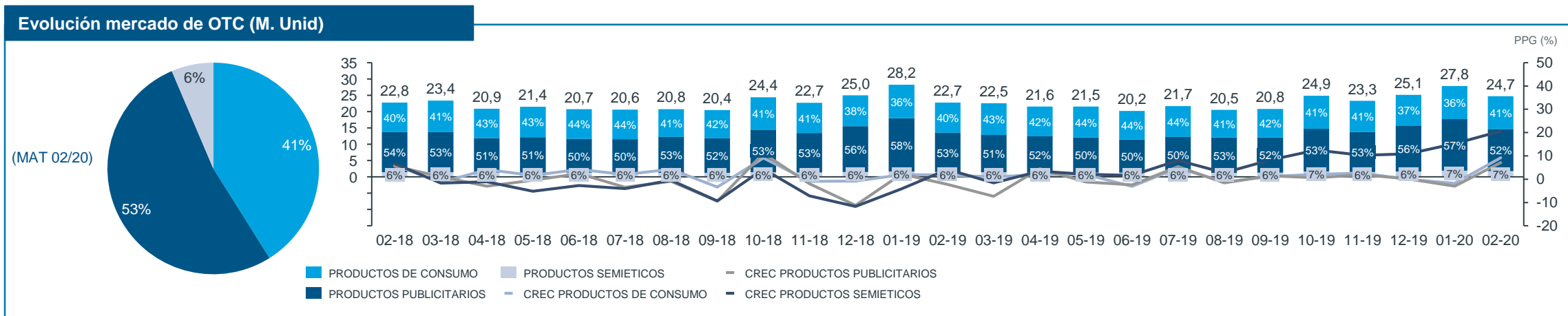
Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 02/2020)



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

Dentro de OTC, los productos 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 del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

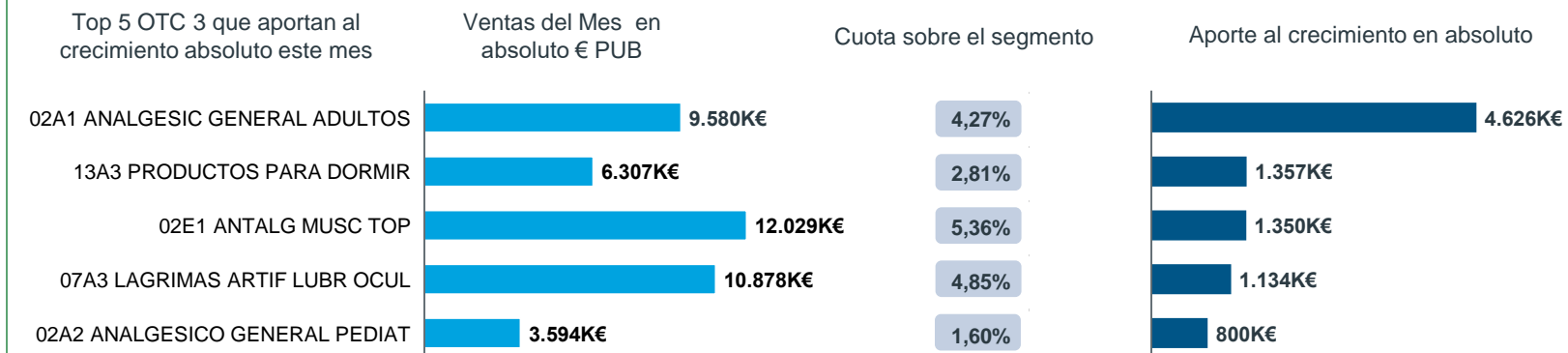
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

*Previous Period Growth

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

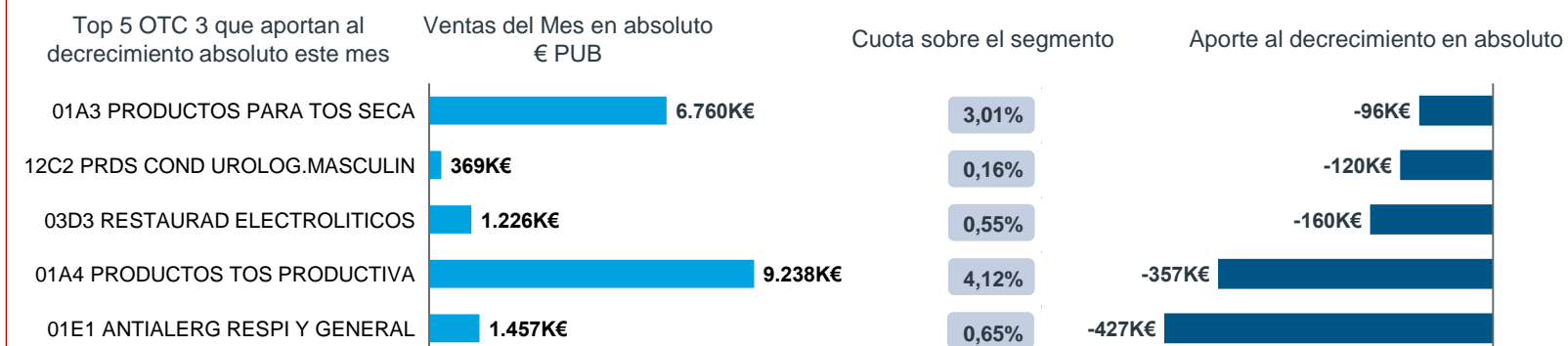
Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -1,2M€

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.

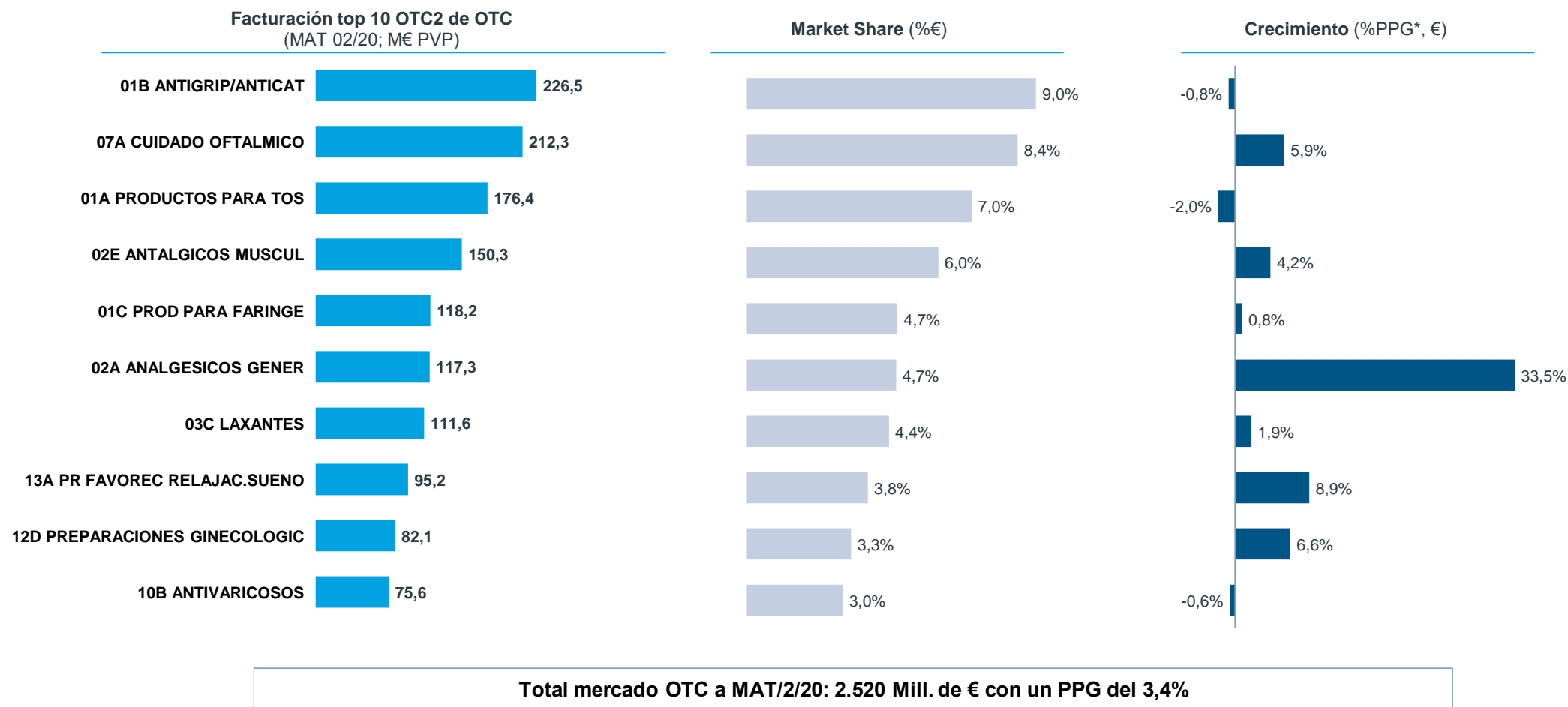
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos 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



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

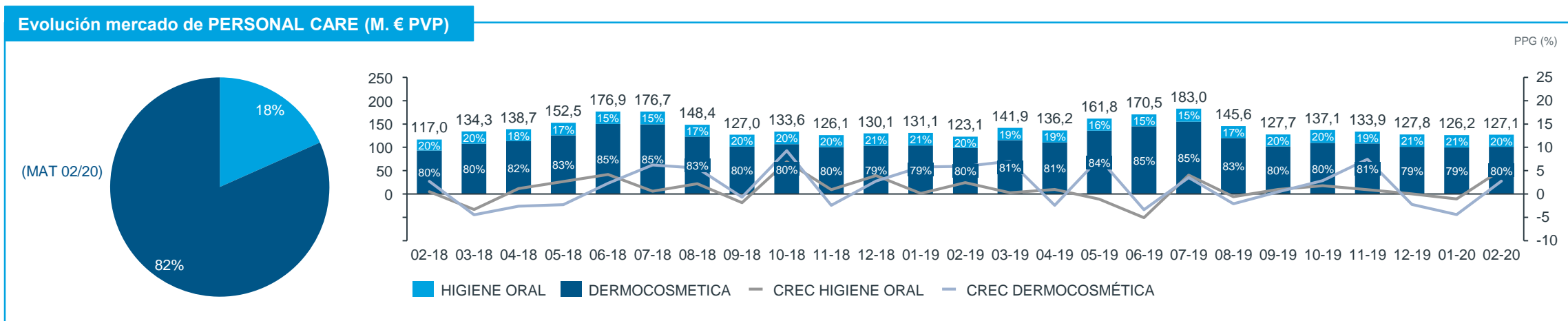
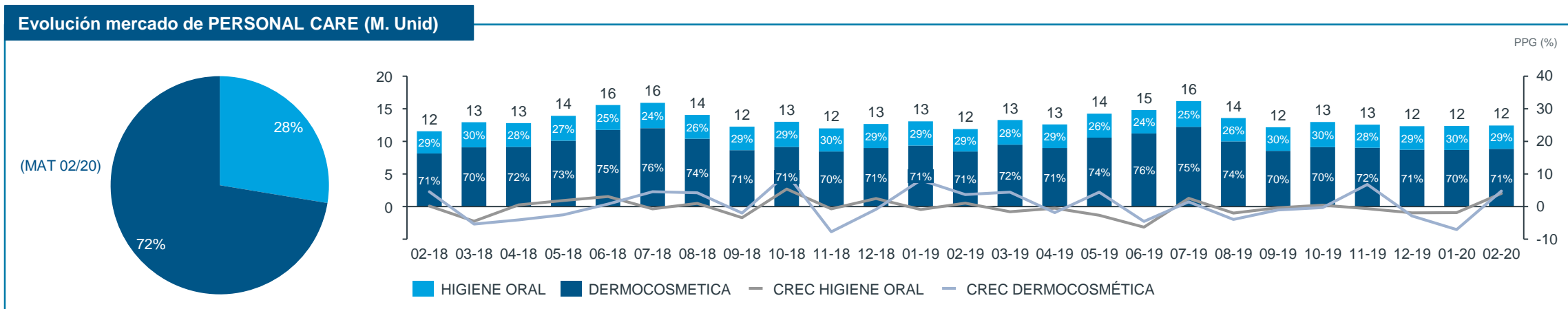
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*Previous Period Growth

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

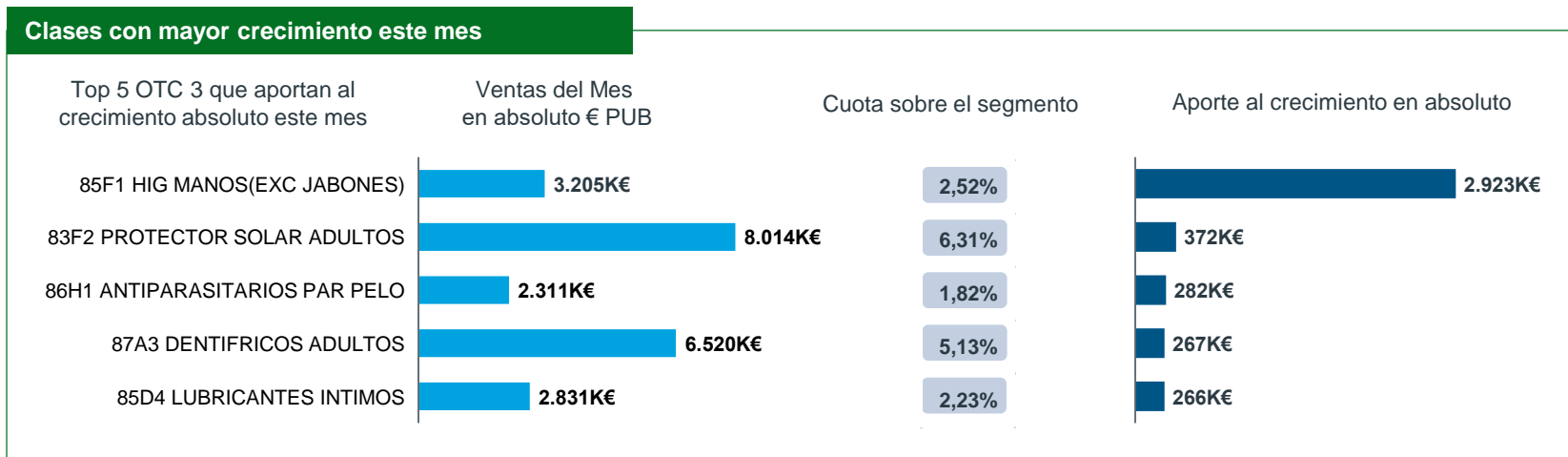
Tanto el segmento de higiene oral como el de dermocosmética muestran crecimientos en el mes de febrero, tanto en unidades como en valores



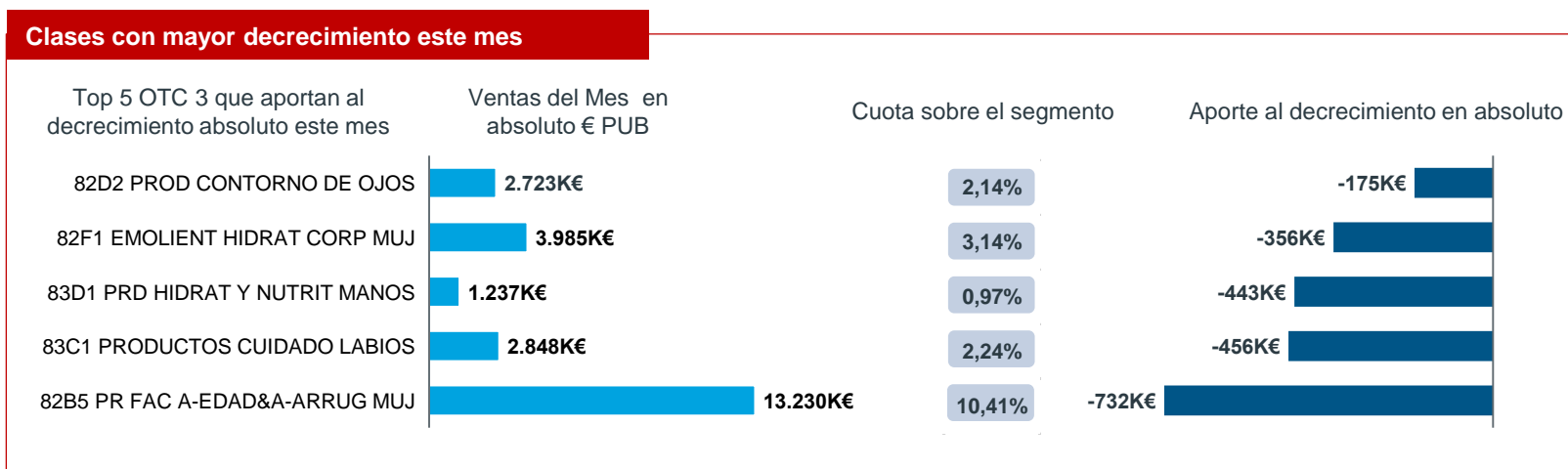
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

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



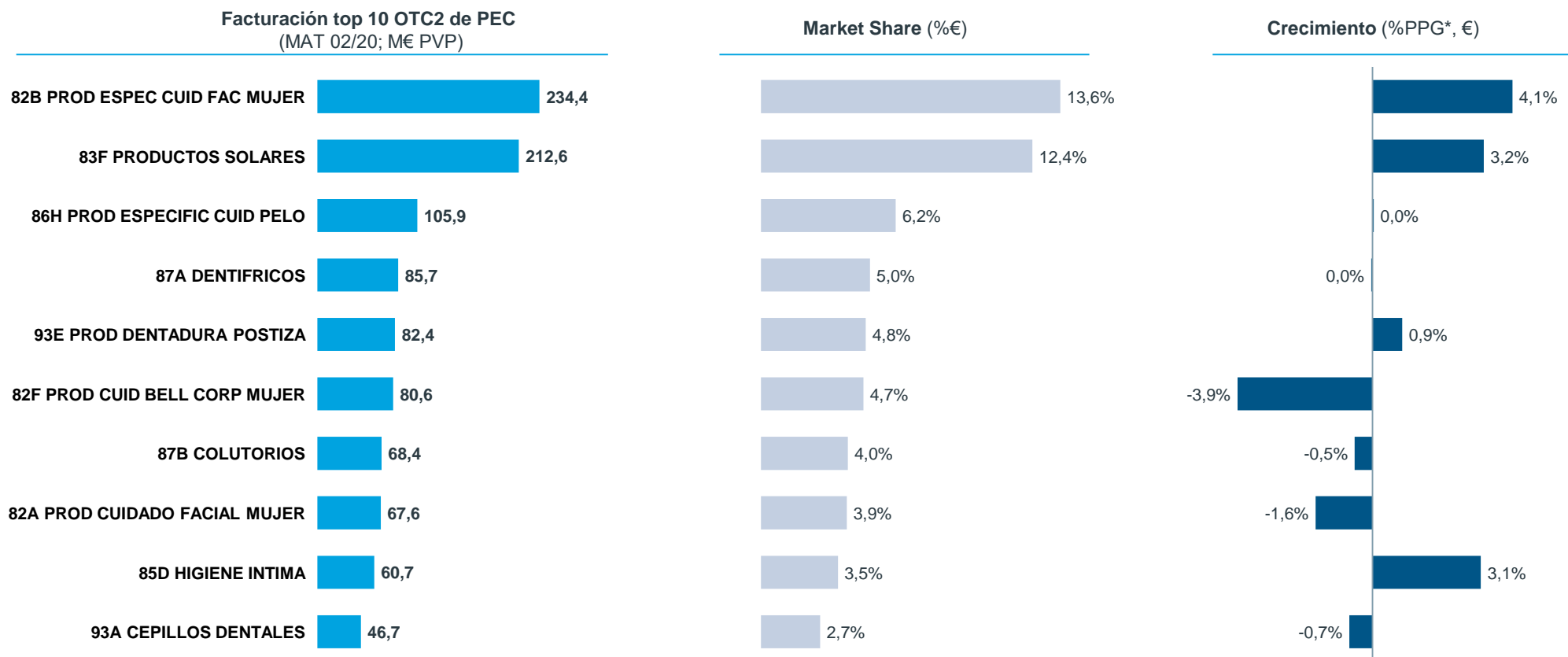
- En el mes de febrero, **la clase que más aporta al crecimiento es higiene de manos (excl. jabones)**, aporta 3M€ al crecimiento de PEC, destaca en esta clase el fabricante Hartmann con un aporte de 0,8M€.
- La segunda clase que más aporta al crecimiento es la de **protectores solares adultos**, conducido 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.



- 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.

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

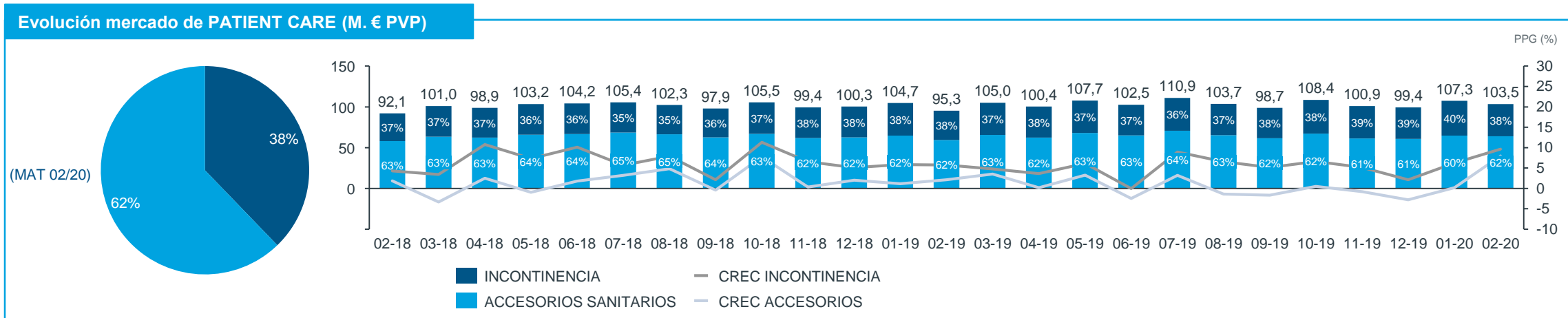
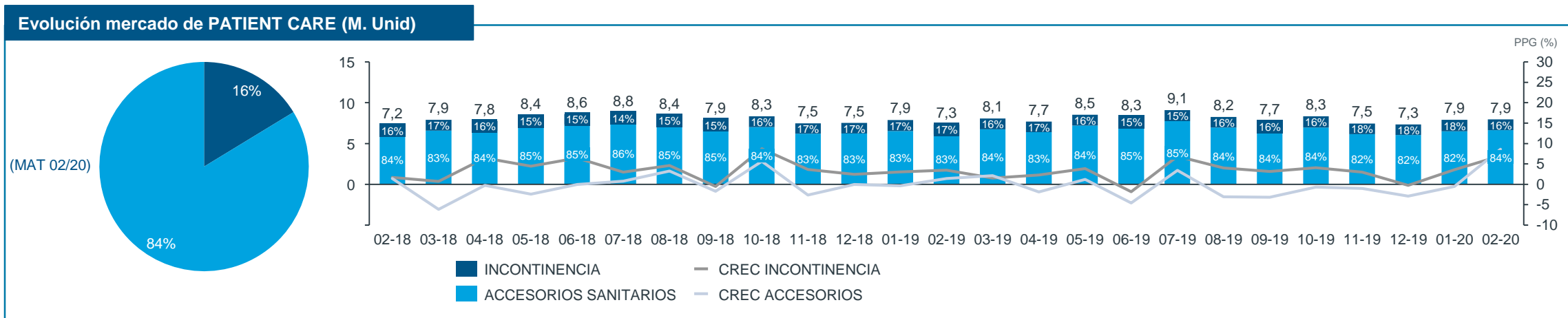


Total mercado PEC a MAT/2/20: 1.719 Mill. de € con un PPG del 1,2%

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 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 6.300 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

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	17.213K€	16,64%	4.454K€
79A1 OTR PROD CUIDADO PACIENTE	1.811K€	1,75%	1.078K€
56D4 TERMOMETROS DIGITALES	1.898K€	1,83%	538K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	3.333K€	3,22%	375K€
57E9 OTR APARATOS QUIRURGICOS	411K€	0,40%	263K€

- 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.

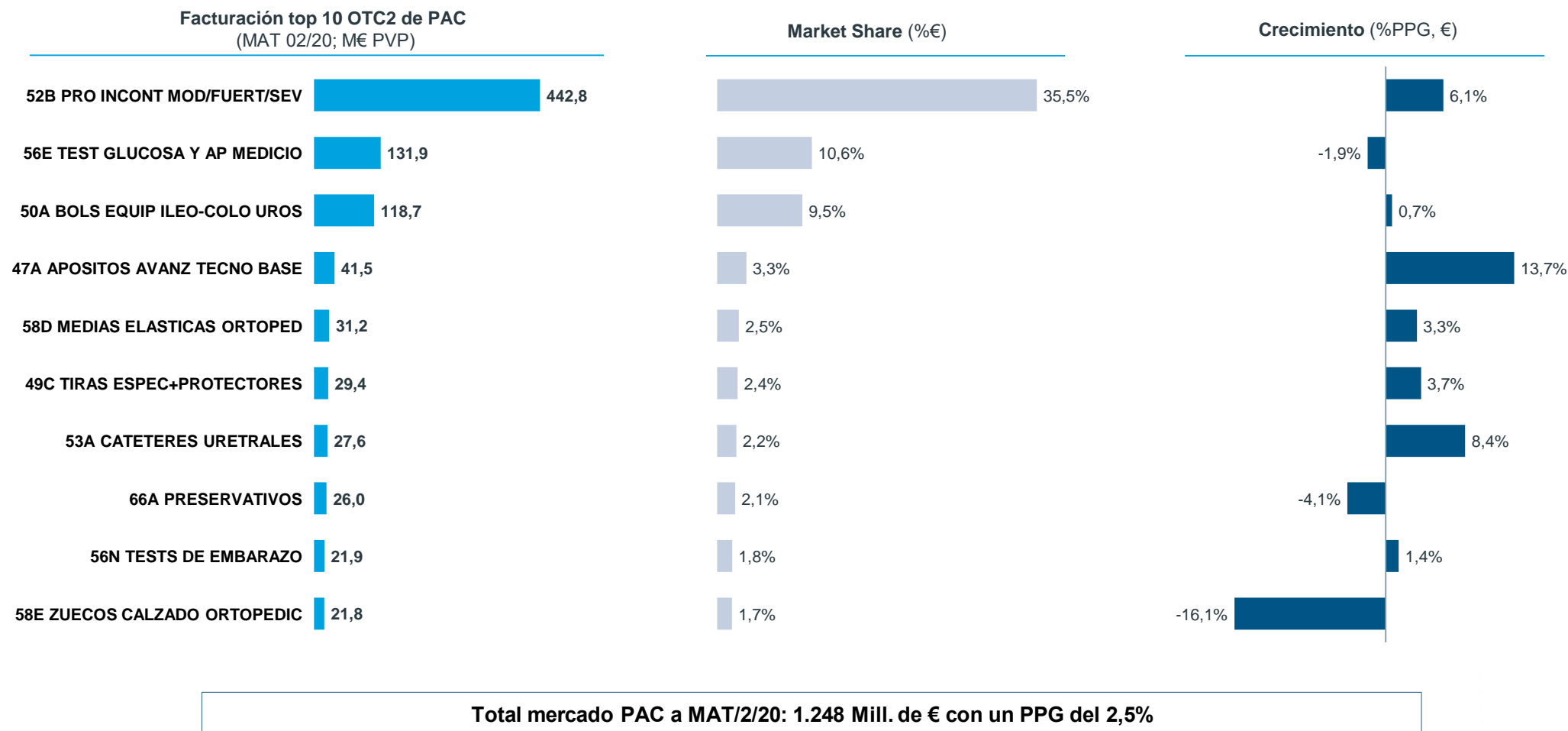
Clases con mayor decrecimiento este mes

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
57B2 LAVATIVAS	40K€	0,04%	-61K€
56F2 TESTS COLESTEROL EN SANGR	368K€	0,36%	-63K€
58E9 OTR ACCESOR CORRECT PIES	1.384K€	1,34%	-67K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	5.521K€	5,34%	-388K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	12.786K€	12,36%	-545K€

- 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**.

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



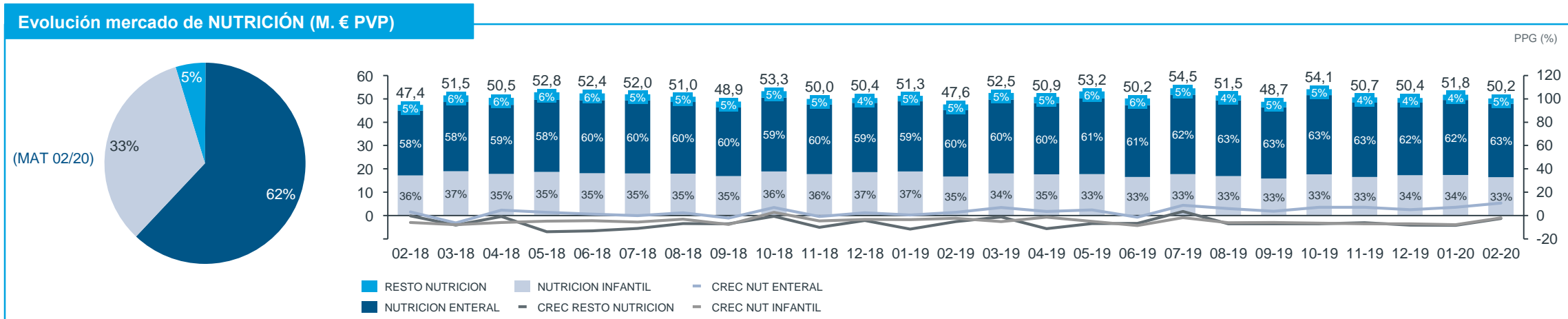
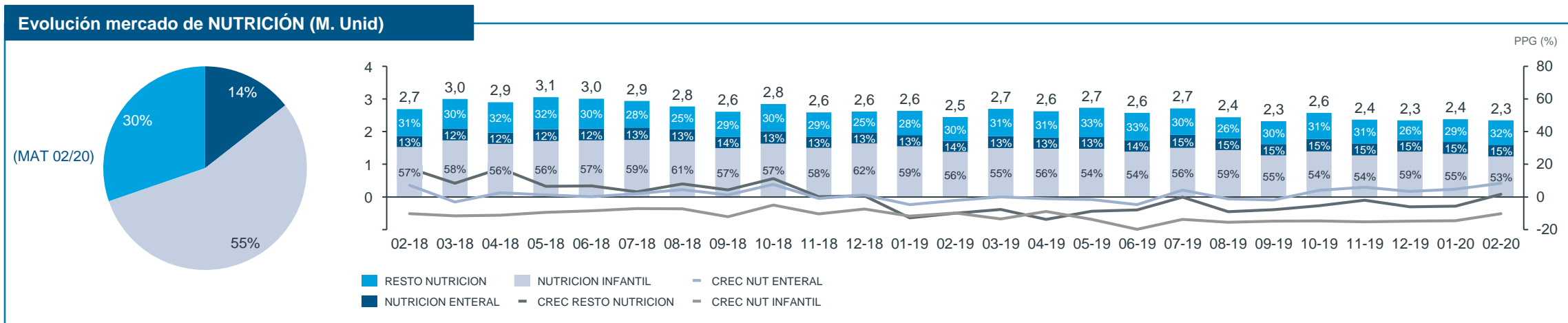
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

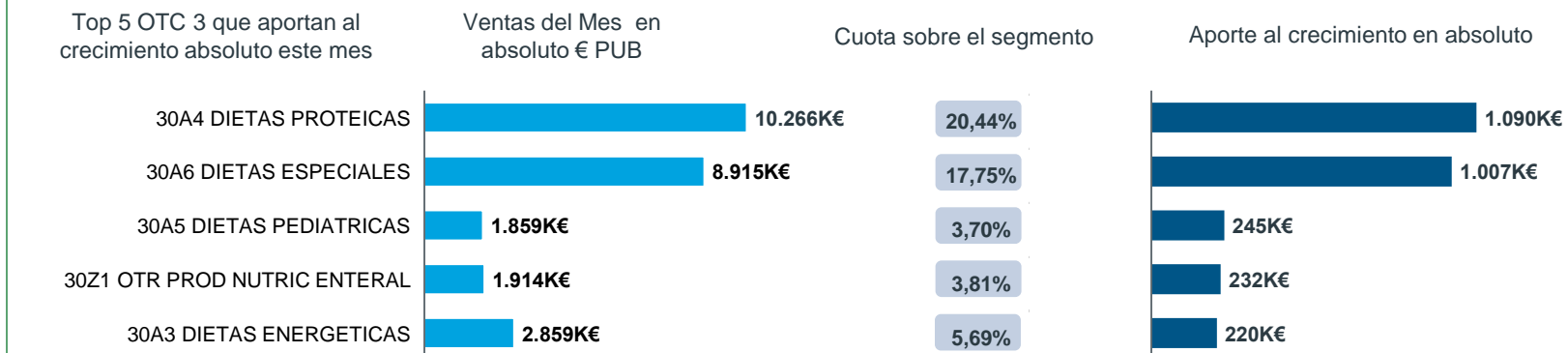


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

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

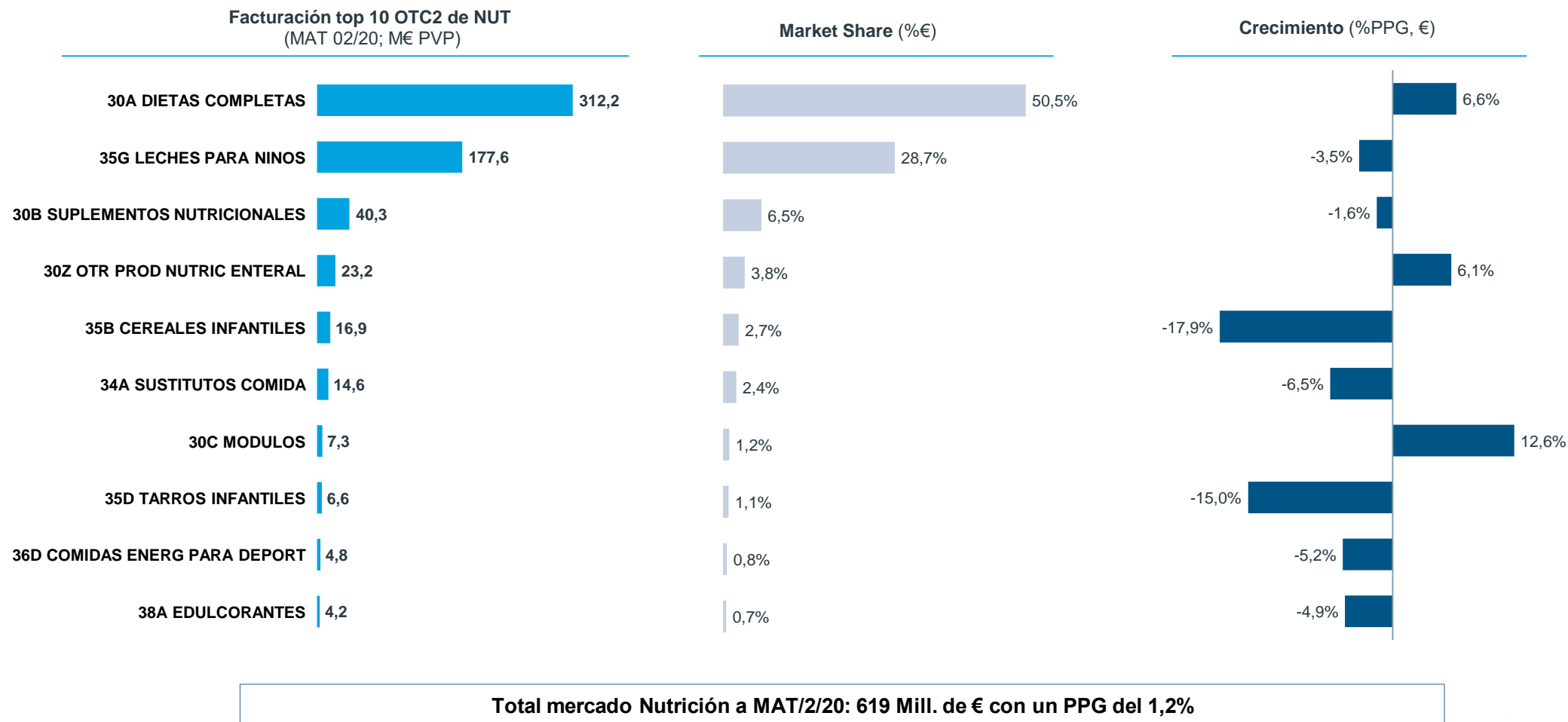
Clases con mayor decrecimiento este mes



- 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.

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%



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)**

Revierde 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 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 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 **>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**

Categorías analizadas: N07B Deshabitantes del tabaco y N02B Analgésicos no narcóticos antipiréticos en el mercado de medicamentos; 02A1 Analgésicos generales 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