

Mercado farmacéutico español

En este mes ha tenido lugar un incremento de los primeros viajes de verano y las actividades al aire libre. En este contexto, se ha observado un aumento en las ventas de protectores solares, a los cuales hemos dedicado un anexo con información más detallada sobre dicho mercado, favorecidas por la climatología.

Adicionalmente, estos factores han provocado también un aumento en las ventas de repelentes de insectos, destacando los repelentes en aerosol y en crema.

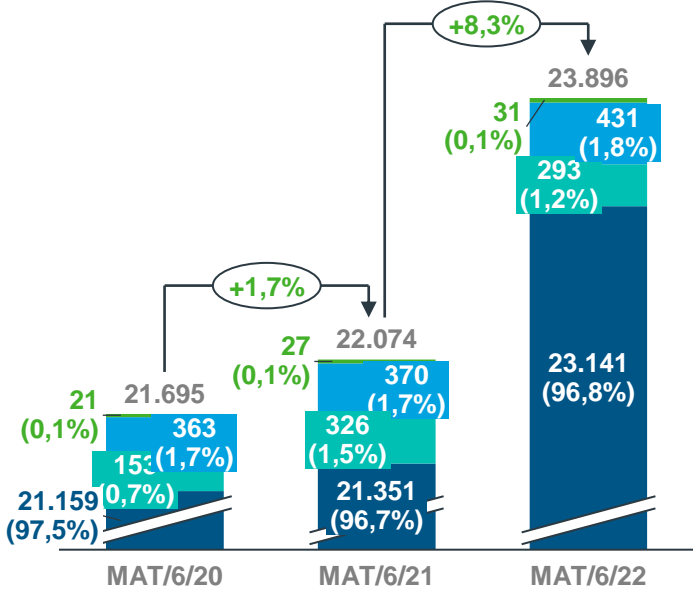
Otra consecuencia de las altas temperaturas ha sido el incremento de las ventas de productos para la irritación de la piel, ya que se producen eczemas y dermatitis por transpiración.

Por último, han aumentado los productos específicos para el cuidado facial de la mujer, así como los productos para el cuidado de los labios y el maquillaje.

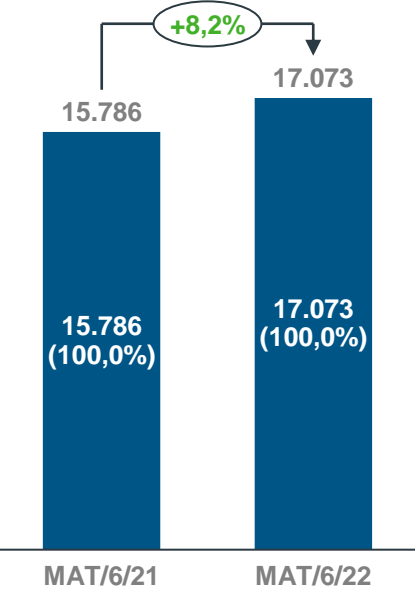
EVOLUCIÓN DEL MERCADO FARMACÉUTICO EN ESPAÑA

■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

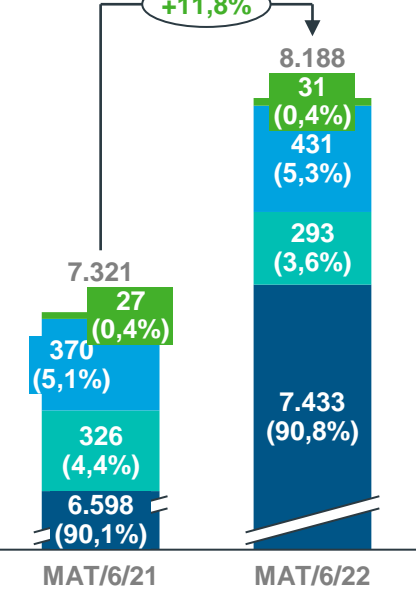
Total mercado farmacéutico



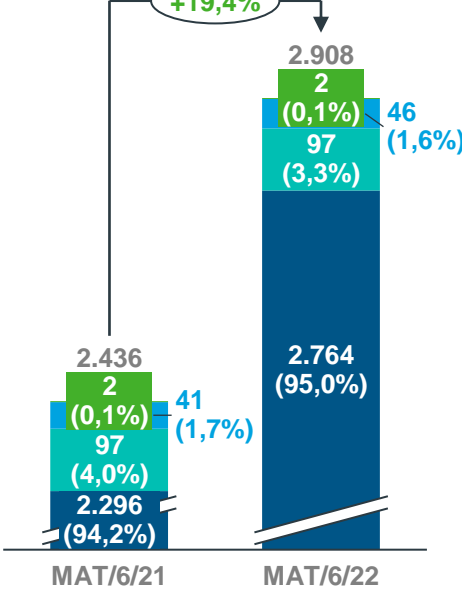
Medicamentos



Consumer Health



Productos OTC



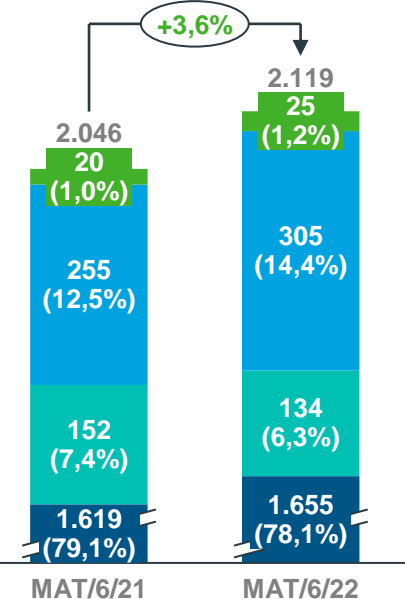
Productos Over the Counter – Consumer Health

TOP 3 OTC2

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

Productos PEC

Cuidado Personal – Consumer Health

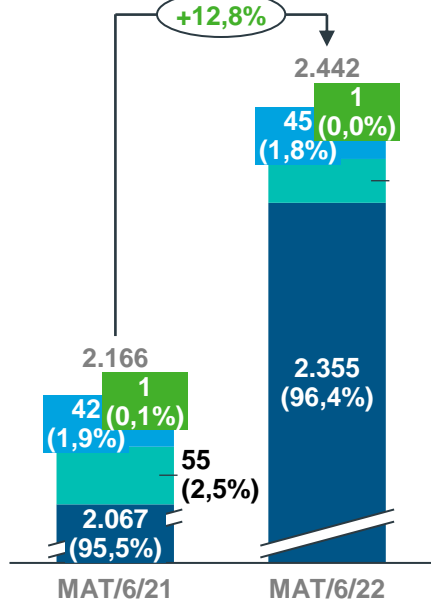


TOP 3 OTC2

- 83F PRODUCTOS SOLARES
- 82B PROD ESPEC CUID FAC MUJER
- 83C PROD CUIDADO LABIOS

Productos PAC

Cuidado del Paciente – Consumer Health

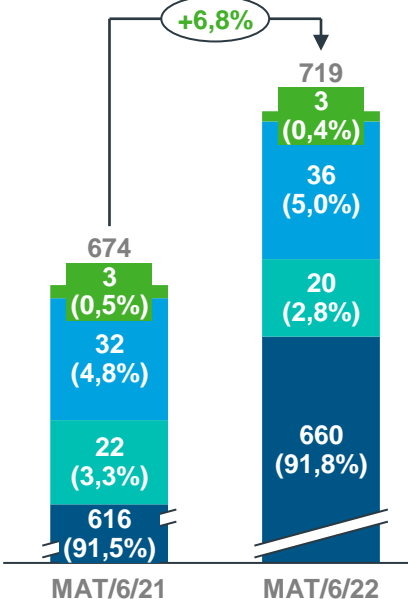


TOP 3 OTC2

- 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 EFPs dentro de OTC forman parte tanto del mercado de medicamentos como del mercado de Consumer Health



INFORME TENDENCIAS DEL MERCADO FARMACÉUTICO

Junio 2022



Destacan este mes

1

Repelentes de insectos

En el mes de junio, destaca el crecimiento de ventas de repelentes de insectos (+6,1% vs MAT 06/21) y alcanza en este mes los 7 millones de euros, lo que supone un crecimiento del +17% comparado con el mes de junio del año anterior. Este incremento es consecuencia de los primeros viajes estivales, las diferentes actividades en el exterior y los campamentos de verano para niños. Destacan los crecimientos de los repelentes en aerosol y en crema.

2

Cuidado facial

Tras meses de pandemia en los que los productos de cuidado facial mostraban evolución negativa, podemos apreciar crecimientos en varias de las categorías como, por ejemplo, productos específicos para el cuidado facial de la mujer (casi 290 millones de facturación en el último MAT) y productos de cuidado de labios (120 millones) y maquillaje.

3

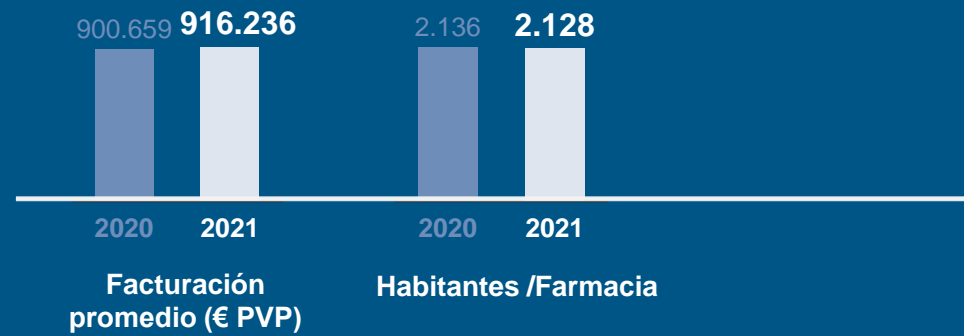
Irritación de la piel

Este último mes de junio se han vivido altas temperaturas. En ocasiones, como consecuencia del calor, se producen eczemas o dermatitis por sudor.

En este primer mes de verano vemos un aumento de la demanda de productos para tratar la irritación de la piel como, por ejemplo, lociones que alivian el picor y calman las irritaciones, que han incrementado sus ventas.

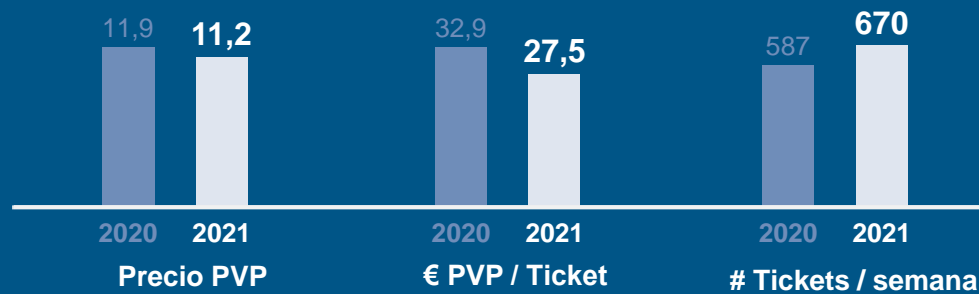
Fotografía de la farmacia española

Universo Farmacias compuesto por 22.238 farmacias



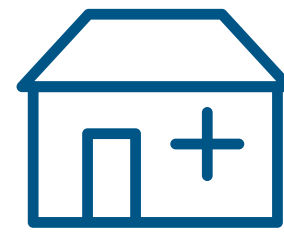
PVP, tickets y tráfico promedio

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

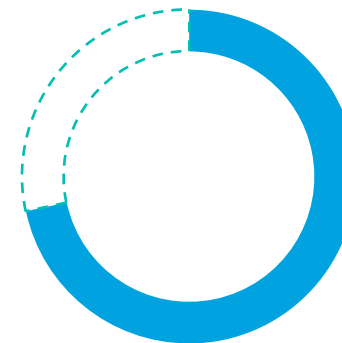
Facturación Promedio **TOTAL**
916.236 €

+0,9%



Facturación Promedio **MEDICAMENTOS**
677.076 €

+1,2%

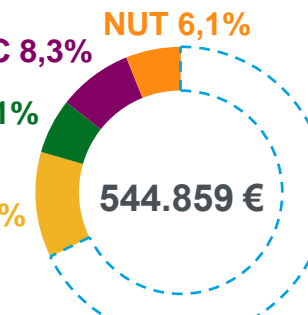
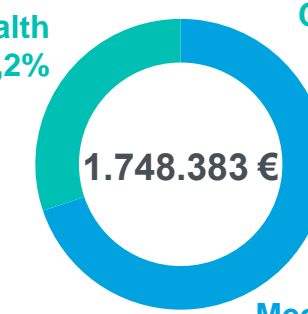


Facturación Promedio **CONSUMER HEALTH**
267.630 €

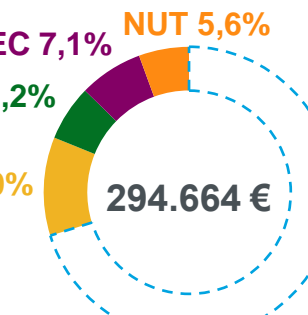
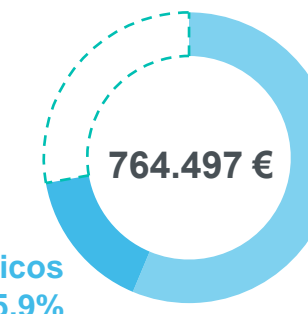
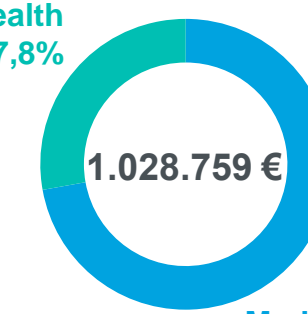
-0,3%



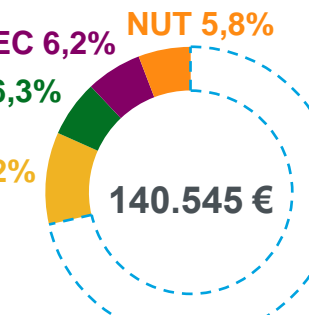
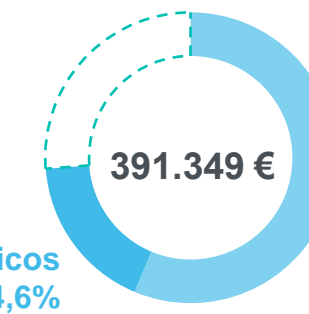
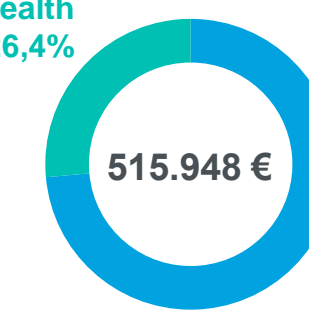
A
4.447



B
6.671



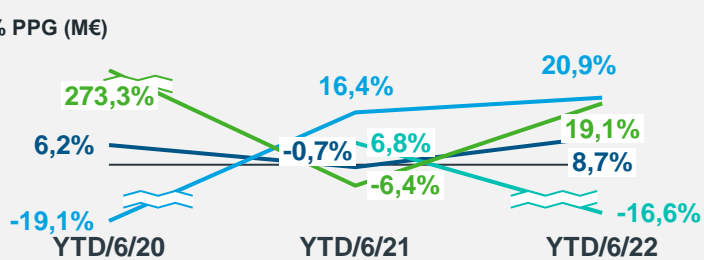
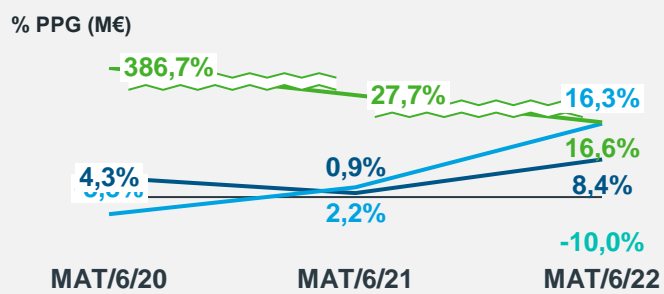
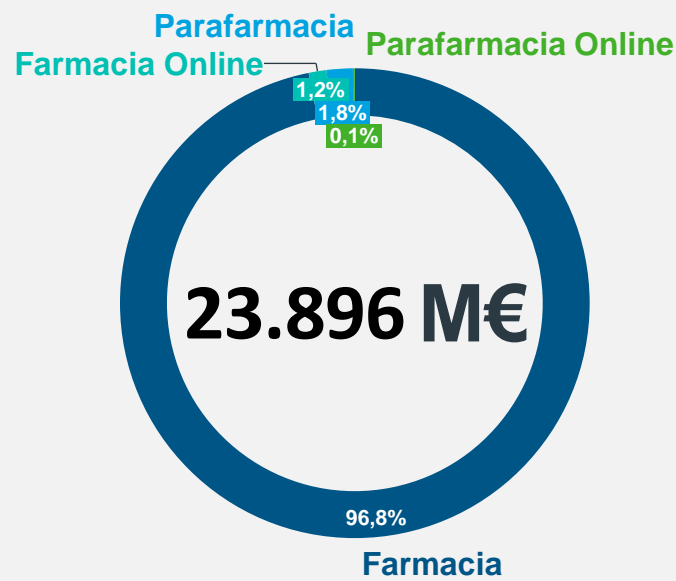
C
11.120



Mercado farmacéutico español

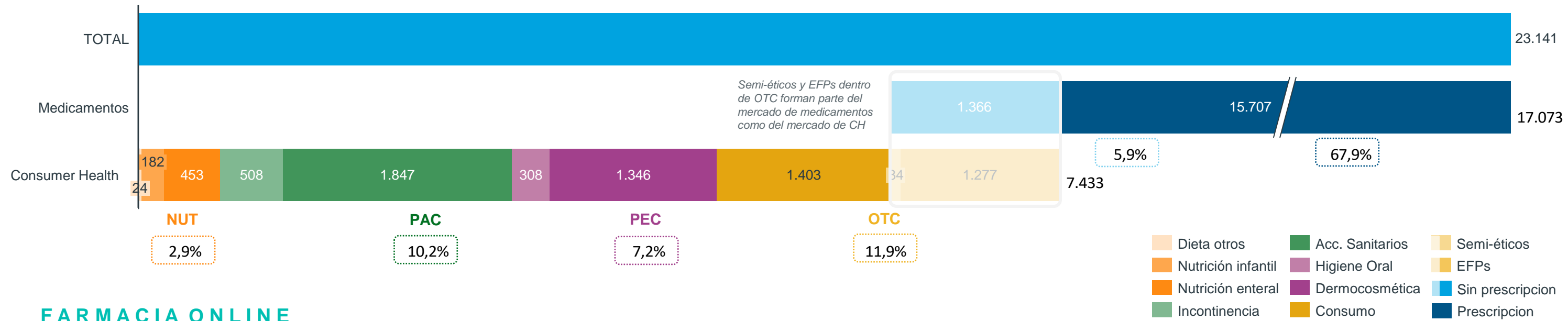
Medicamentos y productos de Consumer Health en farmacia, farmacia online, parafarmacia y parafarmacia online (MAT 6 /22)

Distribución y evolución por canal

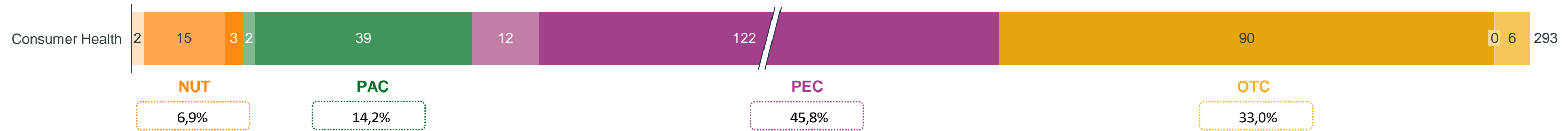


Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

FARMACIA



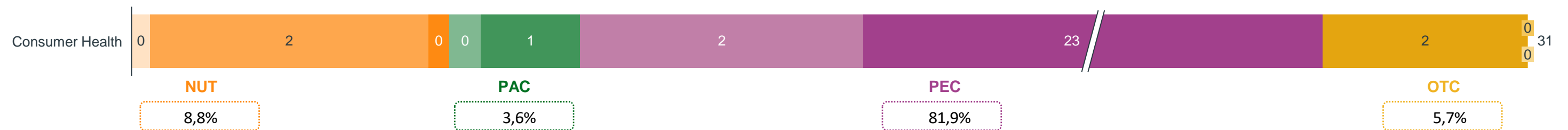
FARMACIA ONLINE



PARAFARMACIA



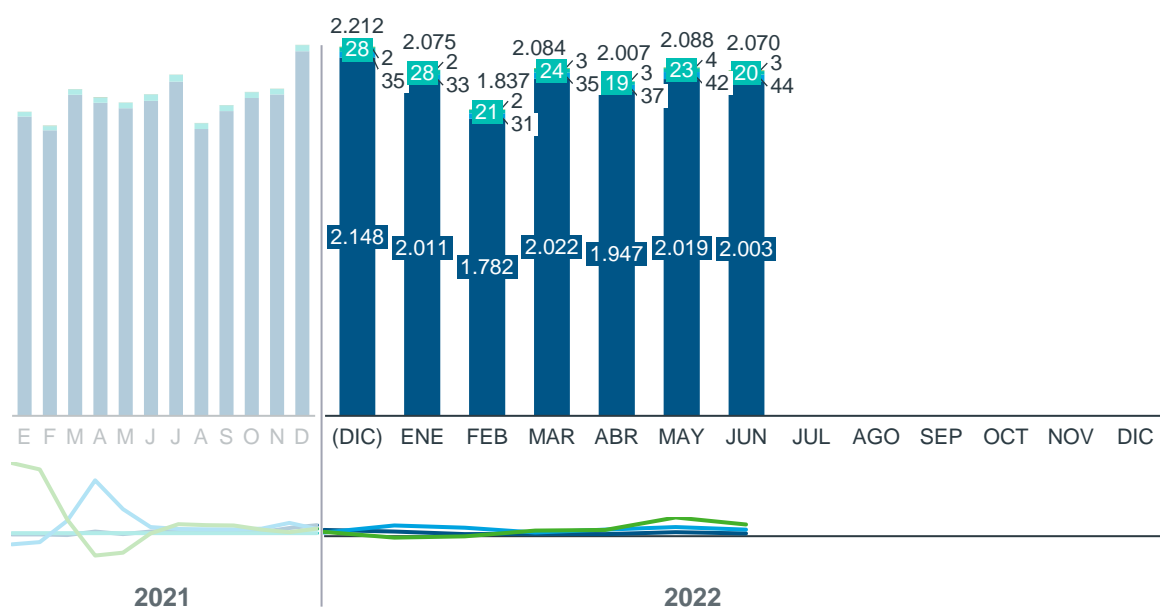
PARAFARMACIA ONLINE



Grandes segmentos

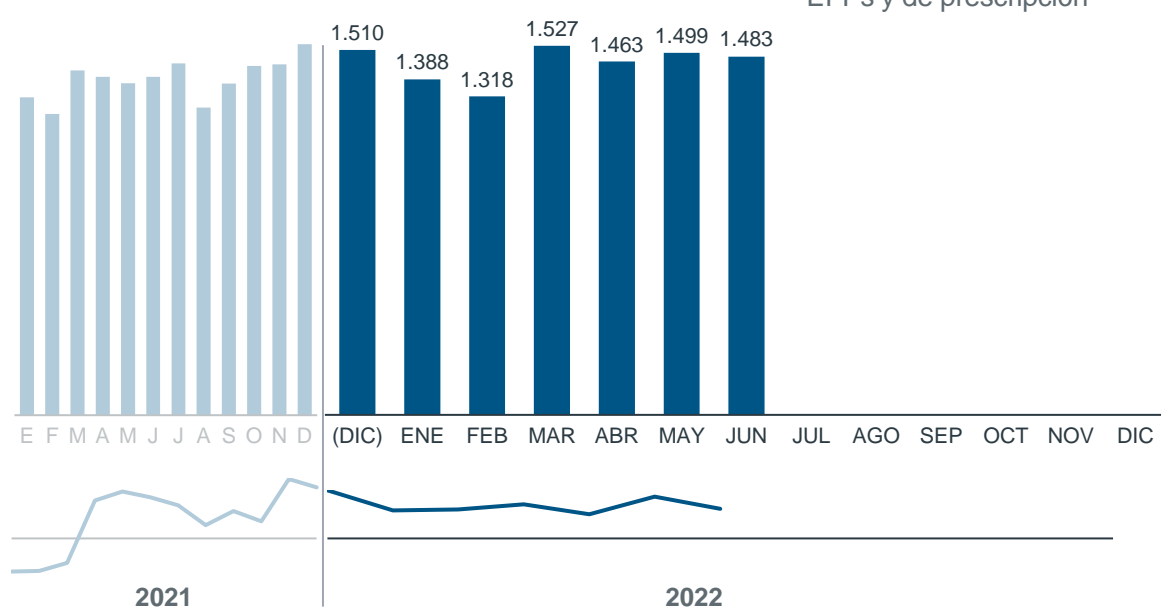
Evolución en absolutos (€ PVP) y crecimientos interanuales por mes y por canal: **farmacia**, **farmacia online**, **parafarmacia** y **parafarmacia online**

Total mercado farmacéutico



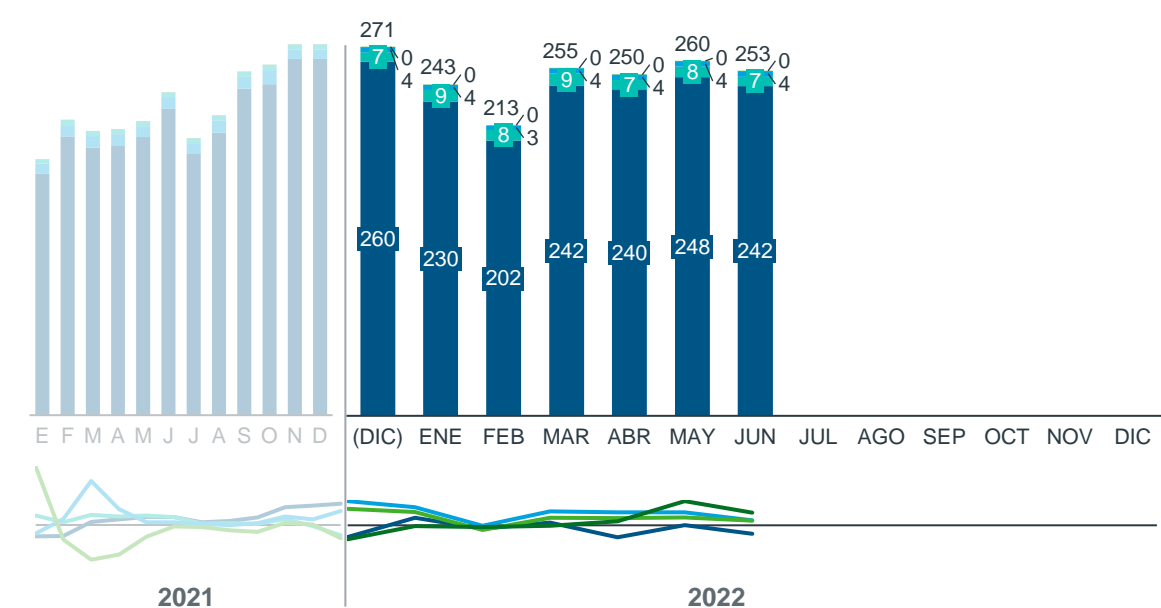
Medicamentos

Productos semiéticos, EFPs y de prescripción



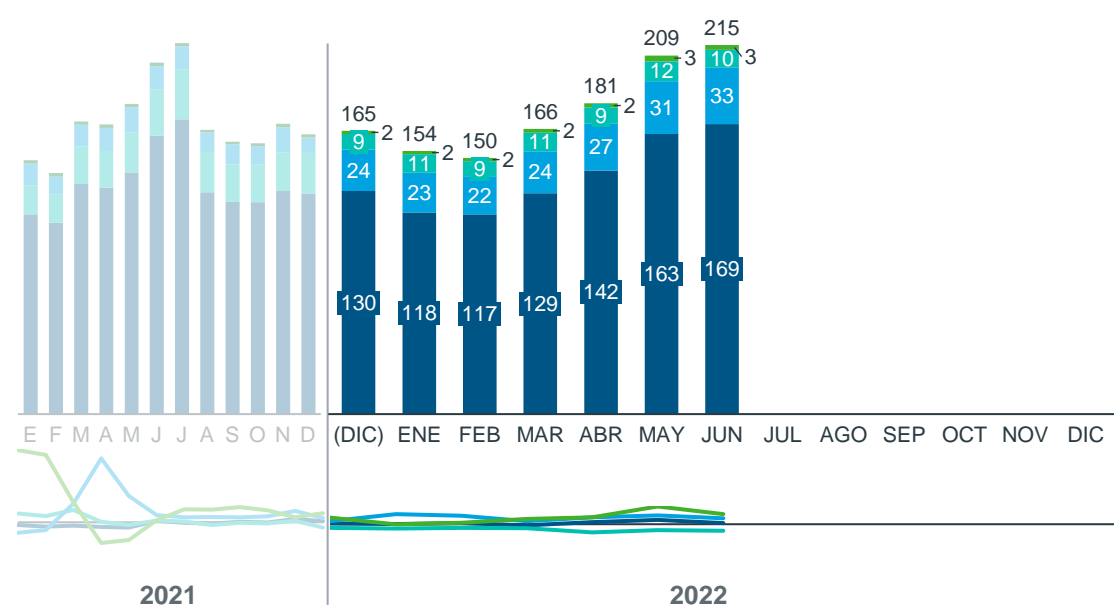
Productos OTC

Productos Over the Counter – Consumer Health



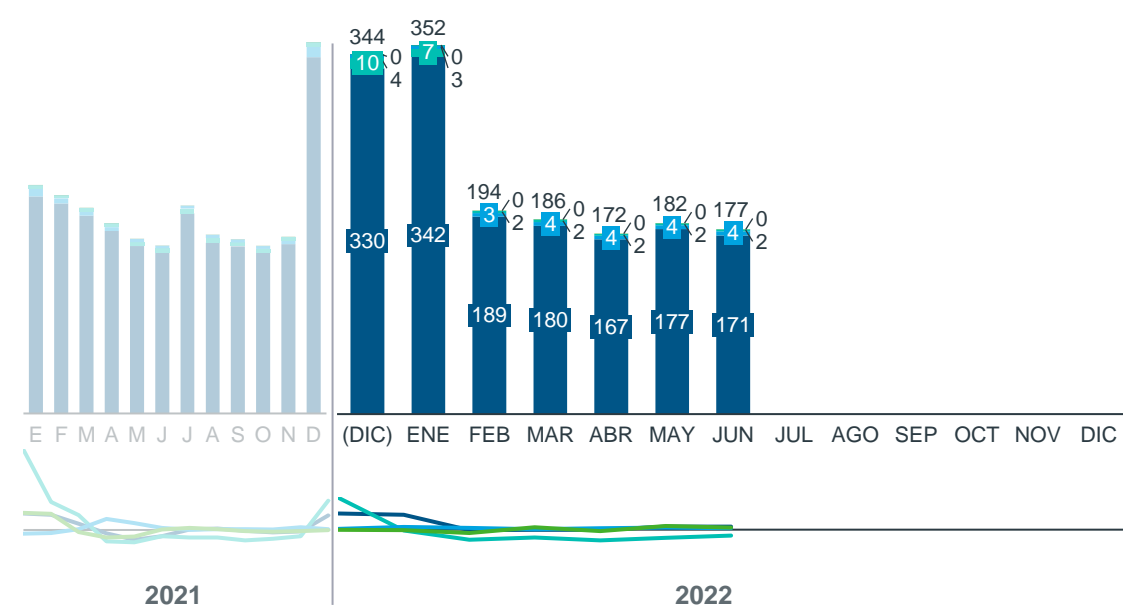
Productos PEC

Cuidado Personal – Consumer Health



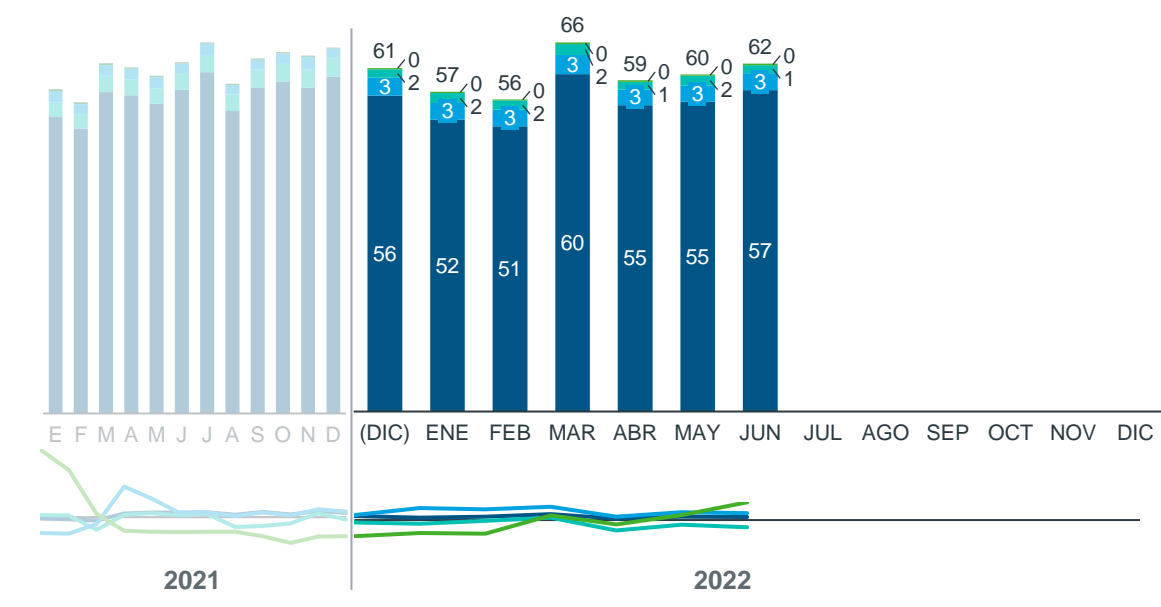
Productos PAC

Cuidado del Paciente – Consumer Health



Productos NUT

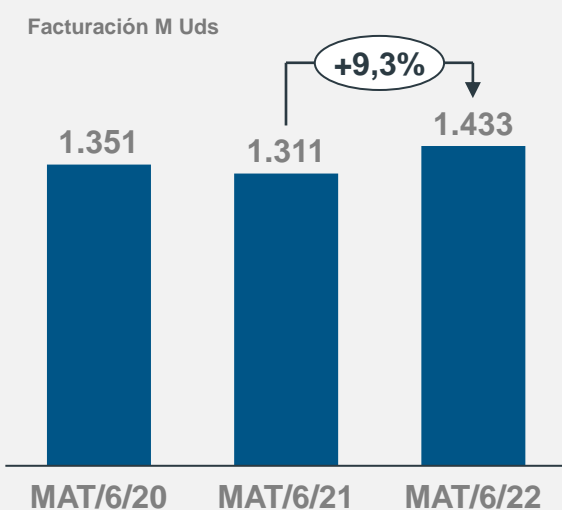
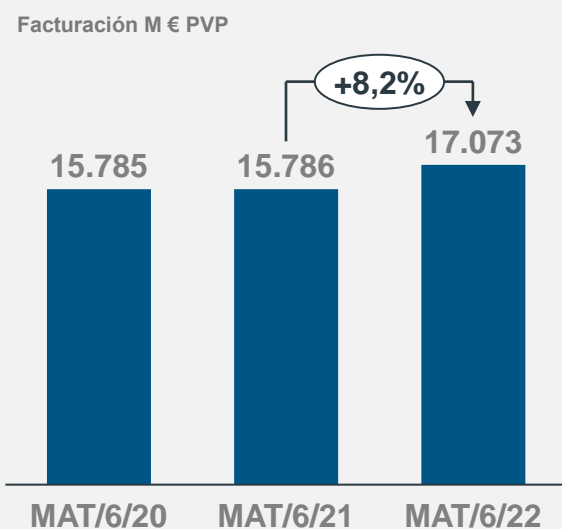
Nutrición – Consumer Health



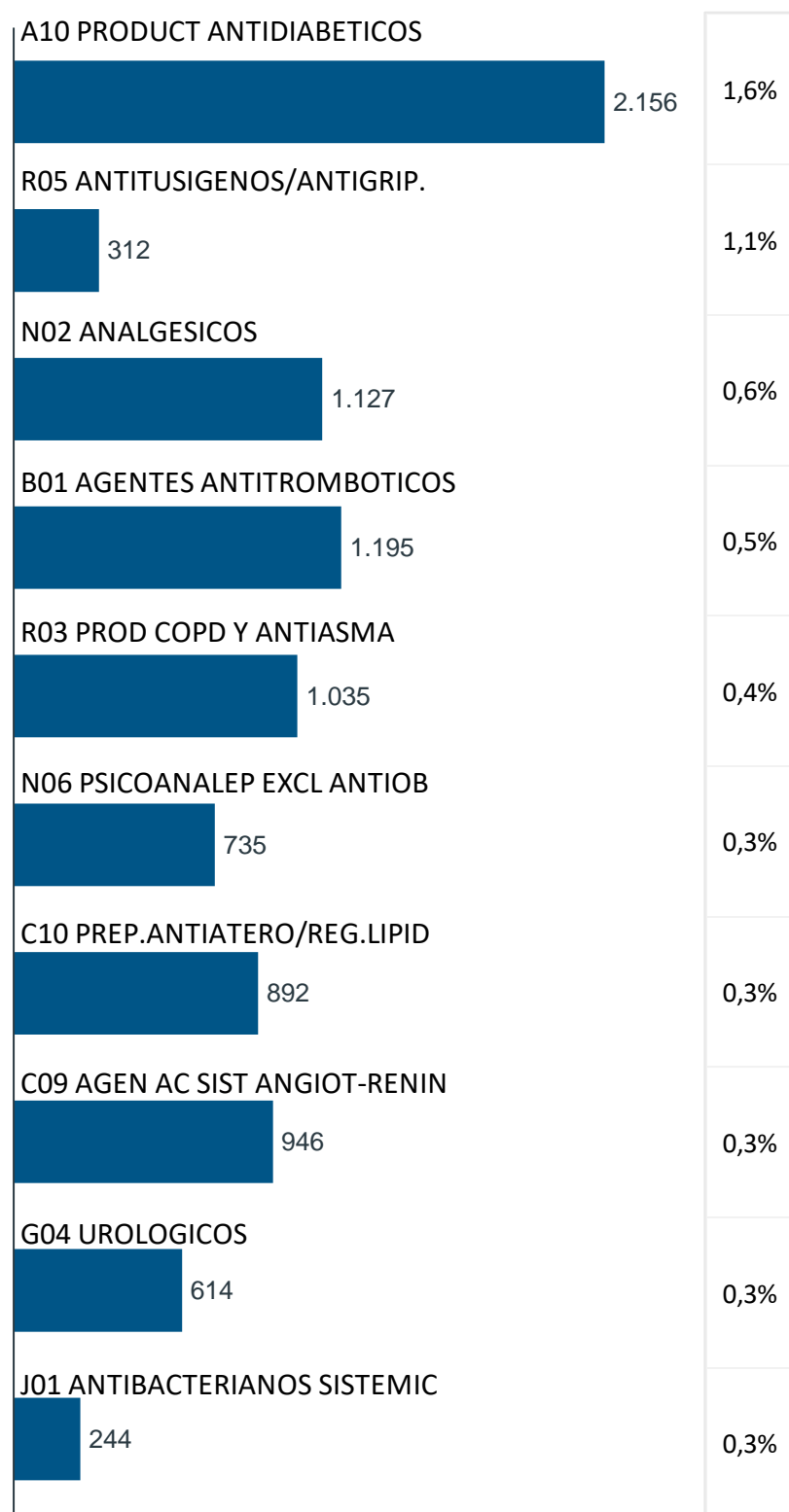
Medicamentos

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

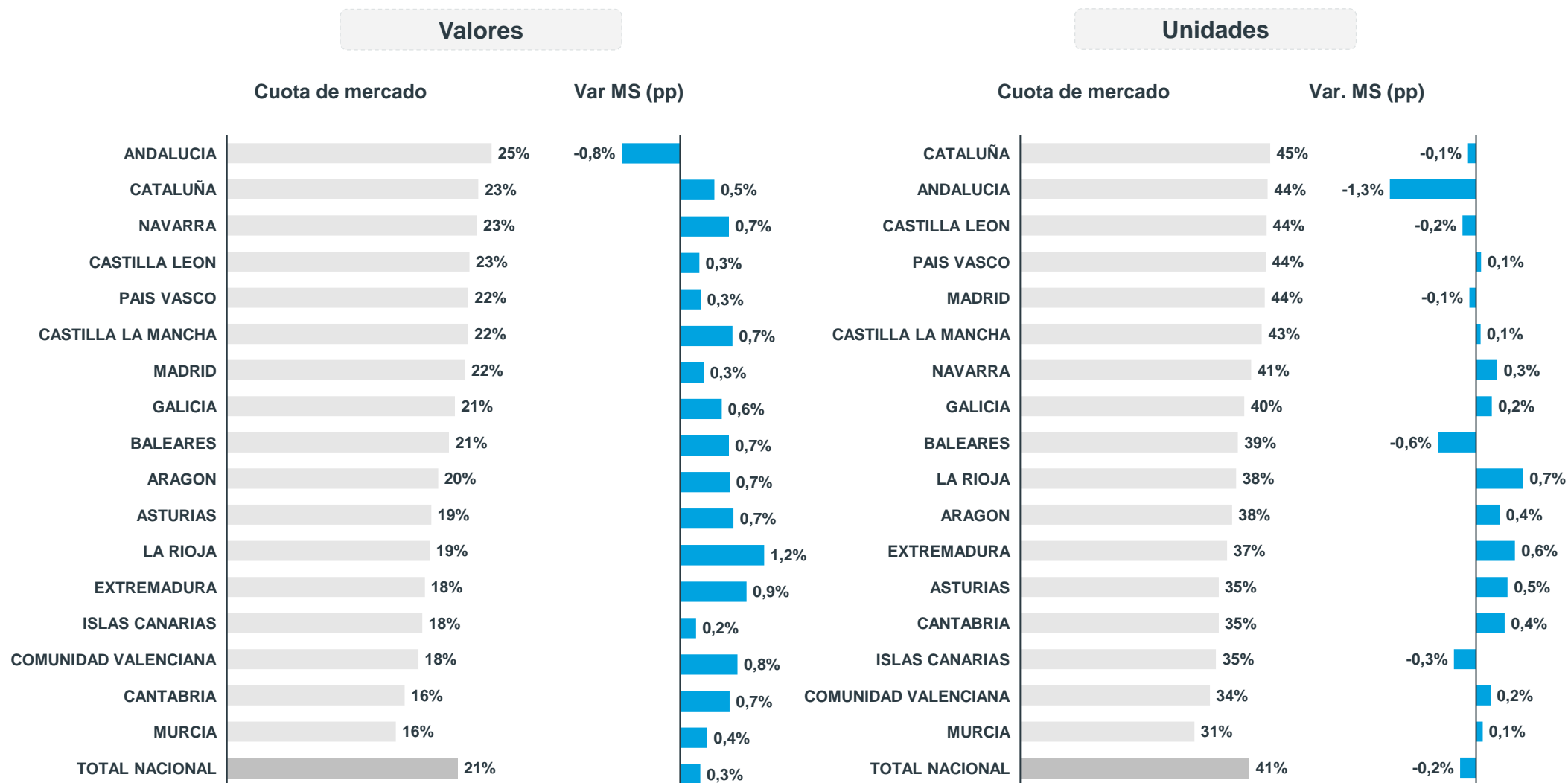
Medicamentos



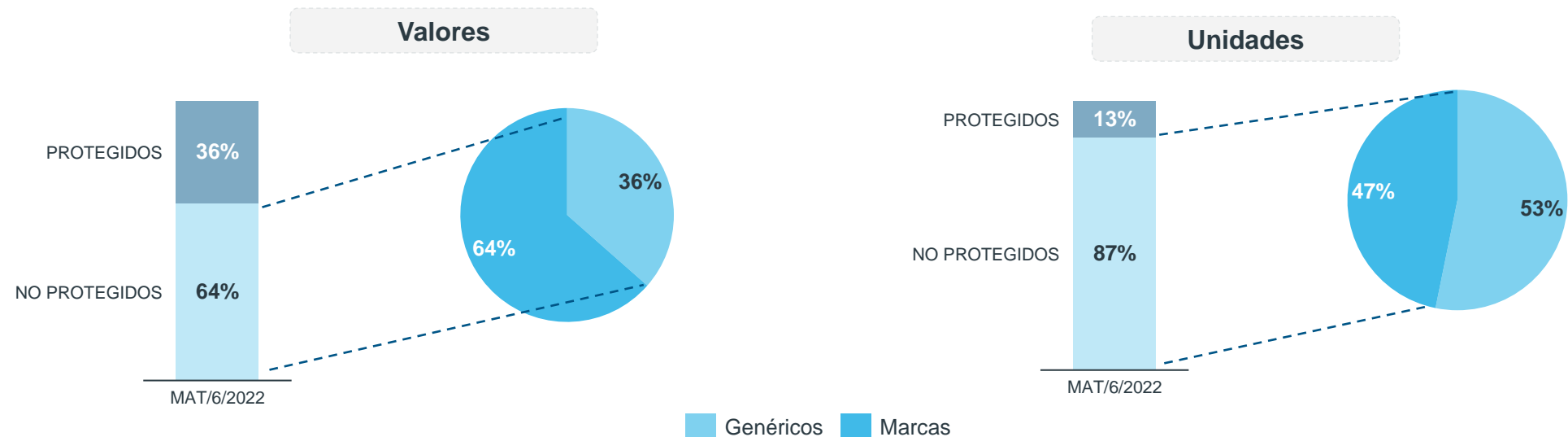
Facturación de las ATC 2 con mayor aportación al crecimiento* (%) - M € PVP a MAT 6/2022



Cuota de mercado de los genéricos y variación por CCAA (MAT 6/2022)



Mercado protegido y no protegido (MAT 6/2022)



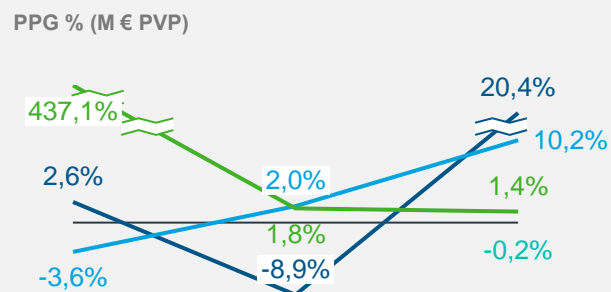
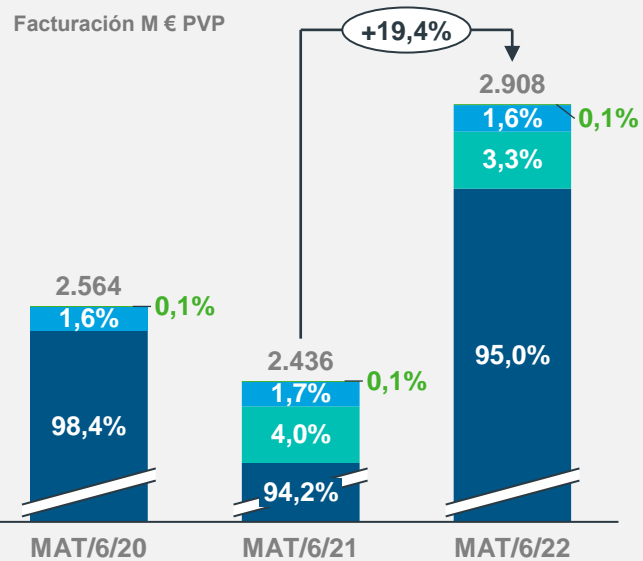
Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

Se incluyen en "Protegidos" aquellos medicamentos con deducciones del 4%, 7,5% y 15%. Están incluidos aquellos medicamentos con deducciones publicadas a fecha de junio 2022 para todos los periodos. Se incluyen dentro del segmento medicamentos productos semiéticos, EFPs 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

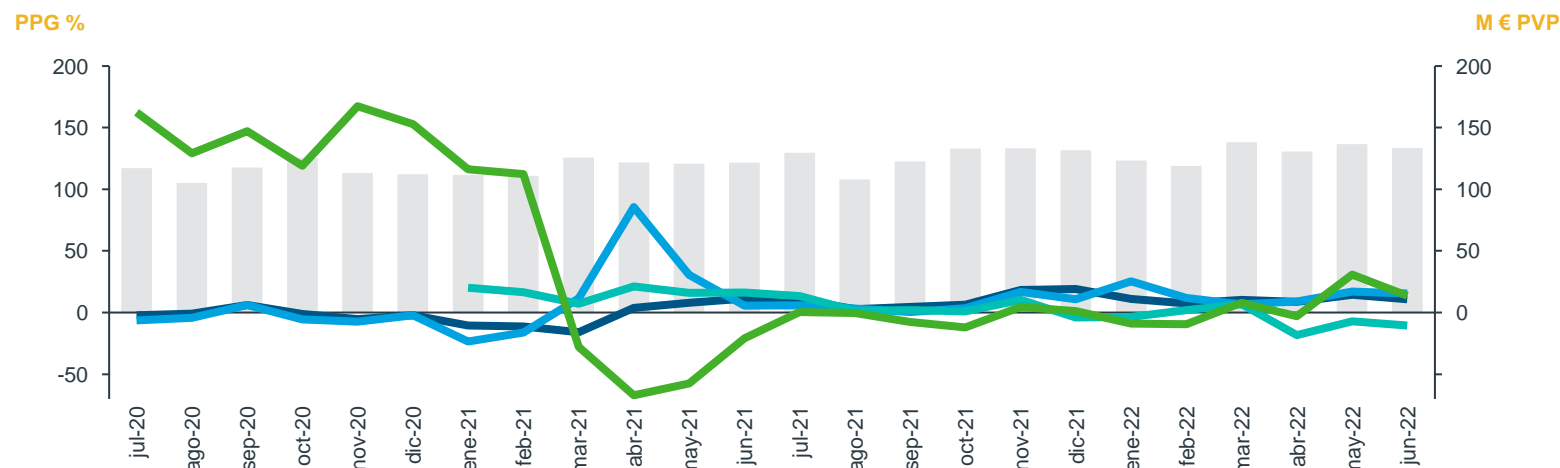
Segmento OTC



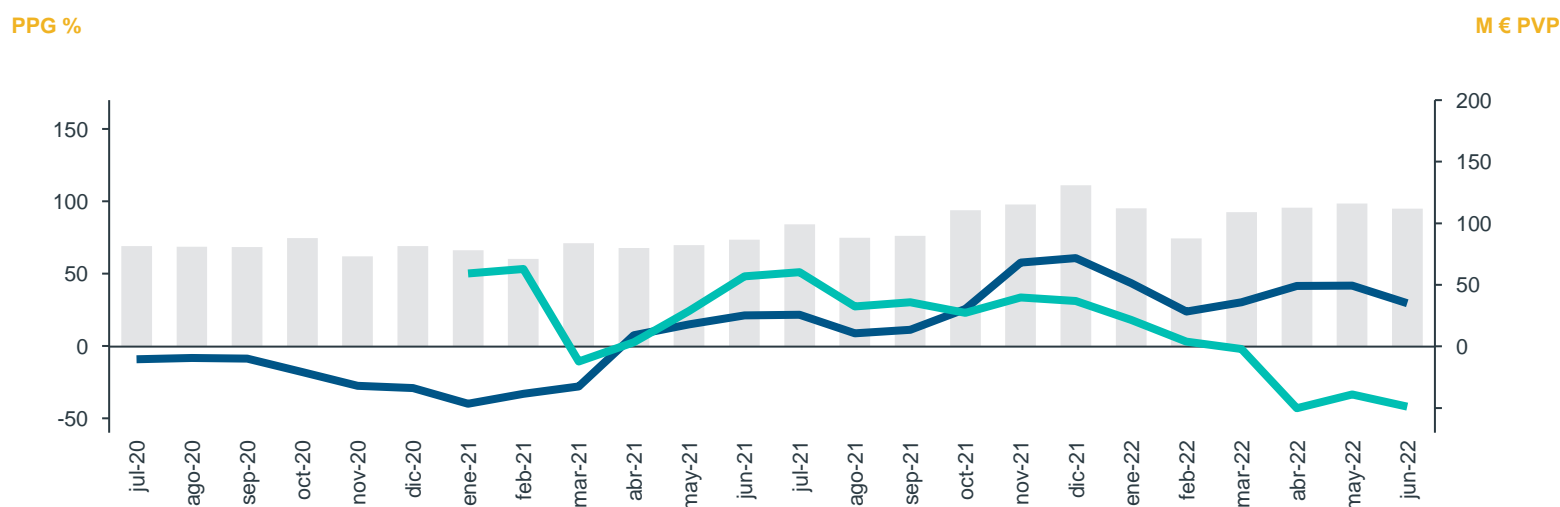
Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

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

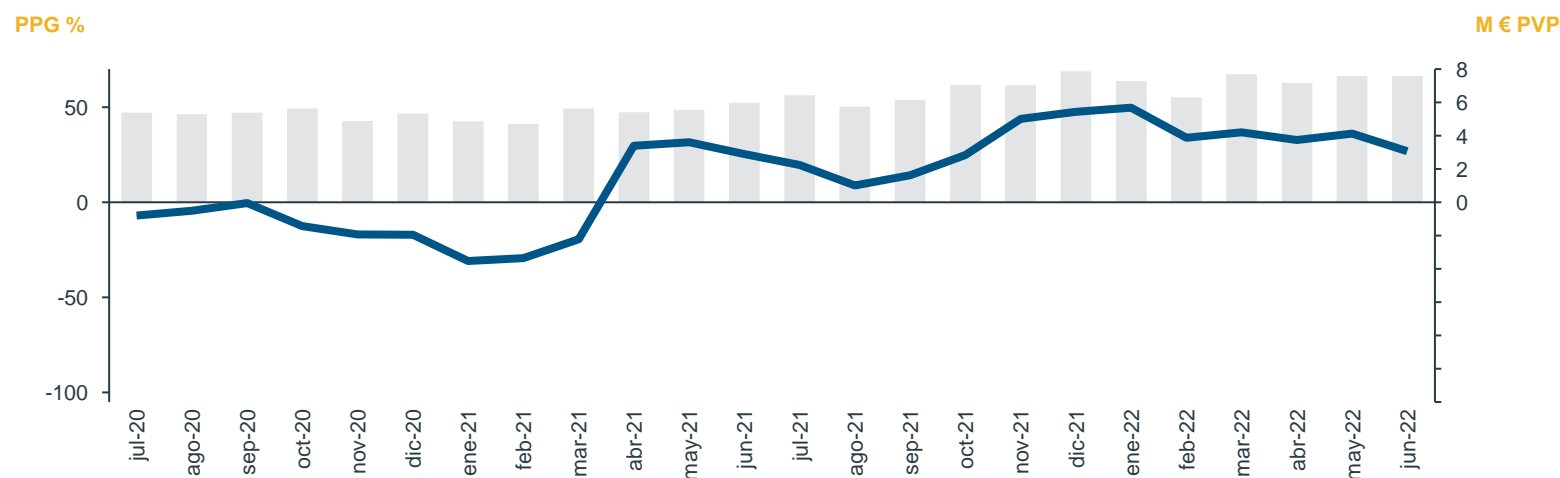
PRODUCTOS DE CONSUMO Y OTROS



PRODUCTOS PUBLICITARIOS



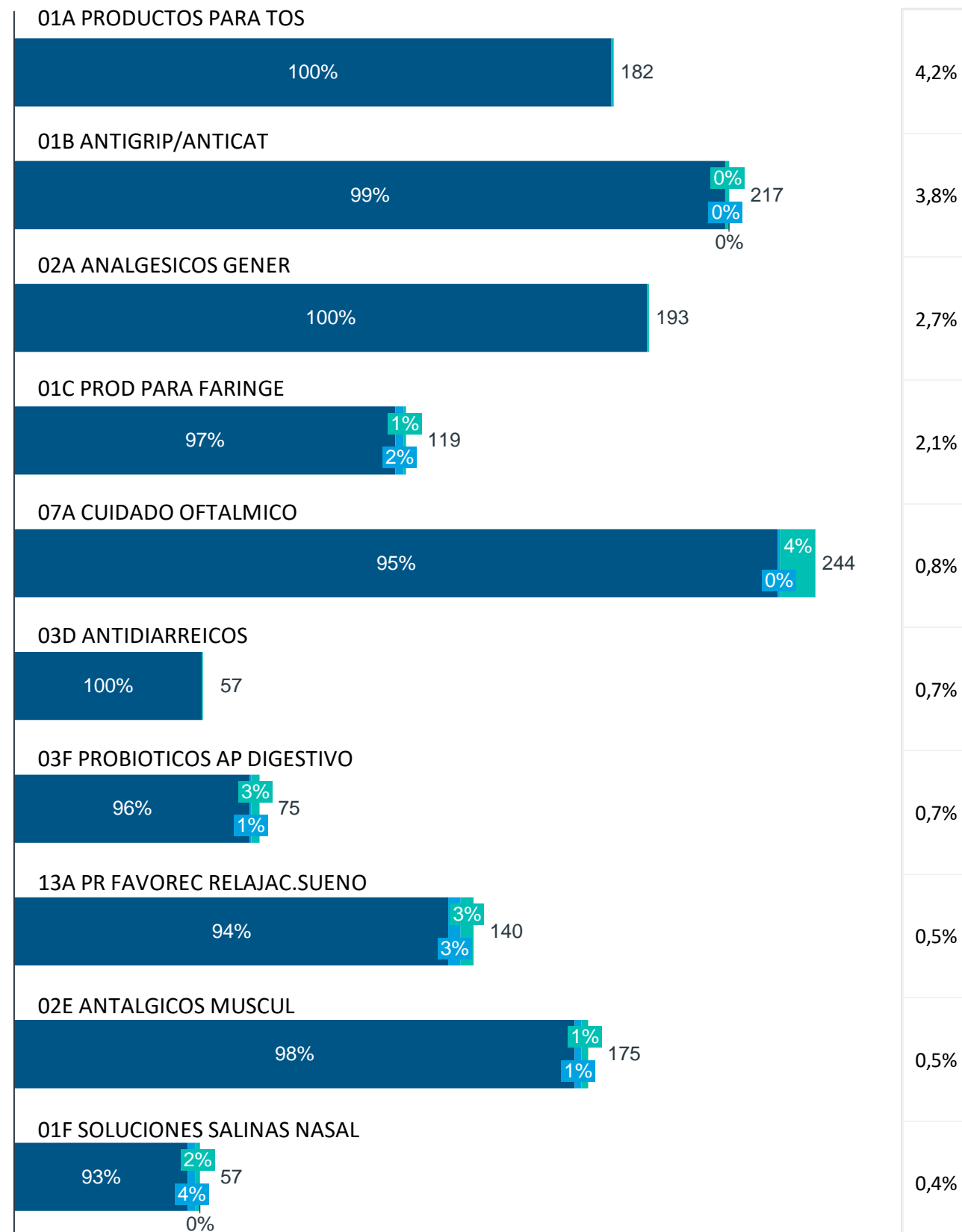
PRODUCTOS SEMIÉTICOS



*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 6/2022

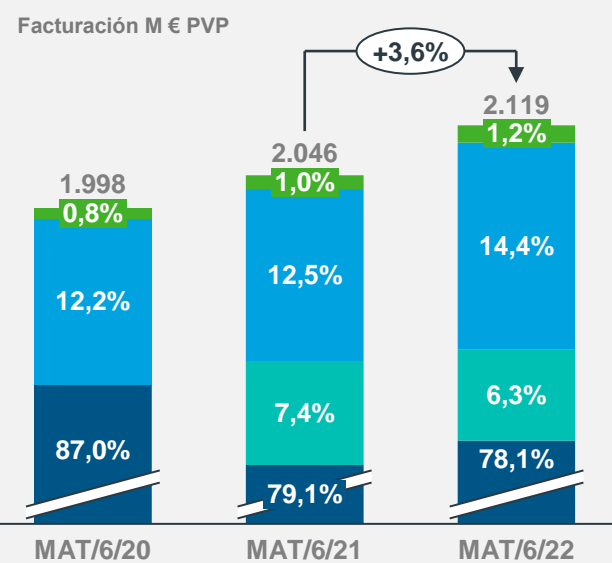


PEC

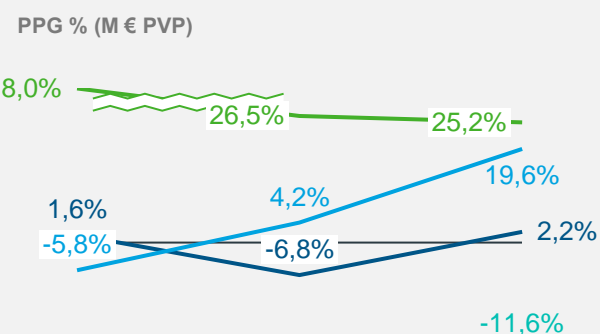
Destaca en el mes el crecimiento de la categoría de solares. Así como productos específicos de cuidado facial de la mujer

Segmento PEC

■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

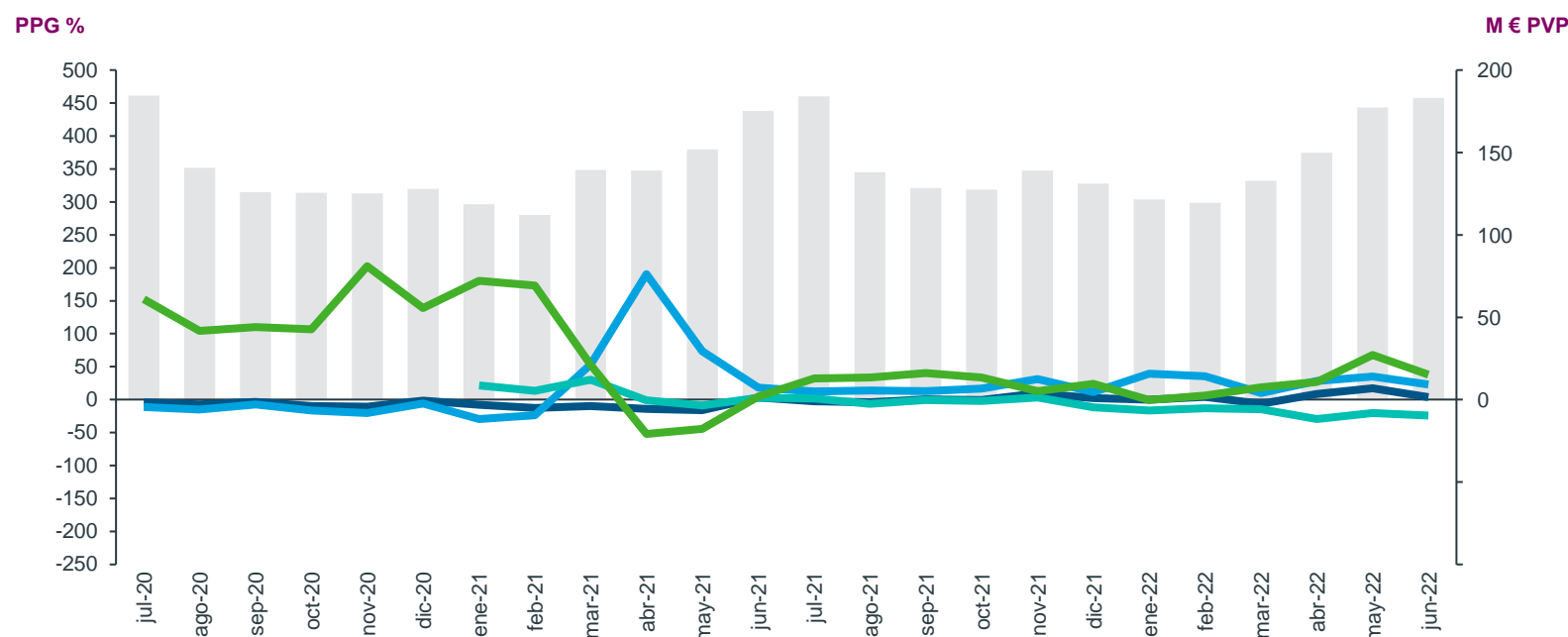


+3,6%

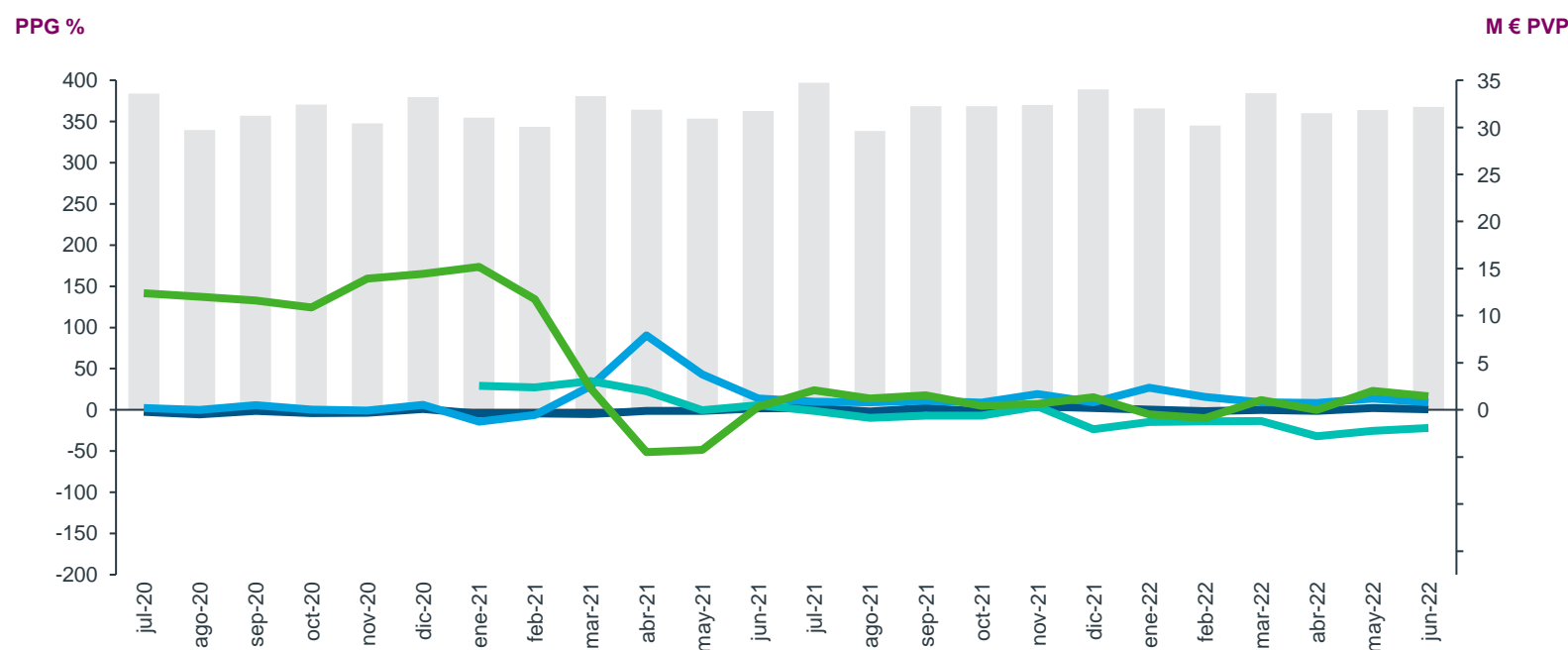


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

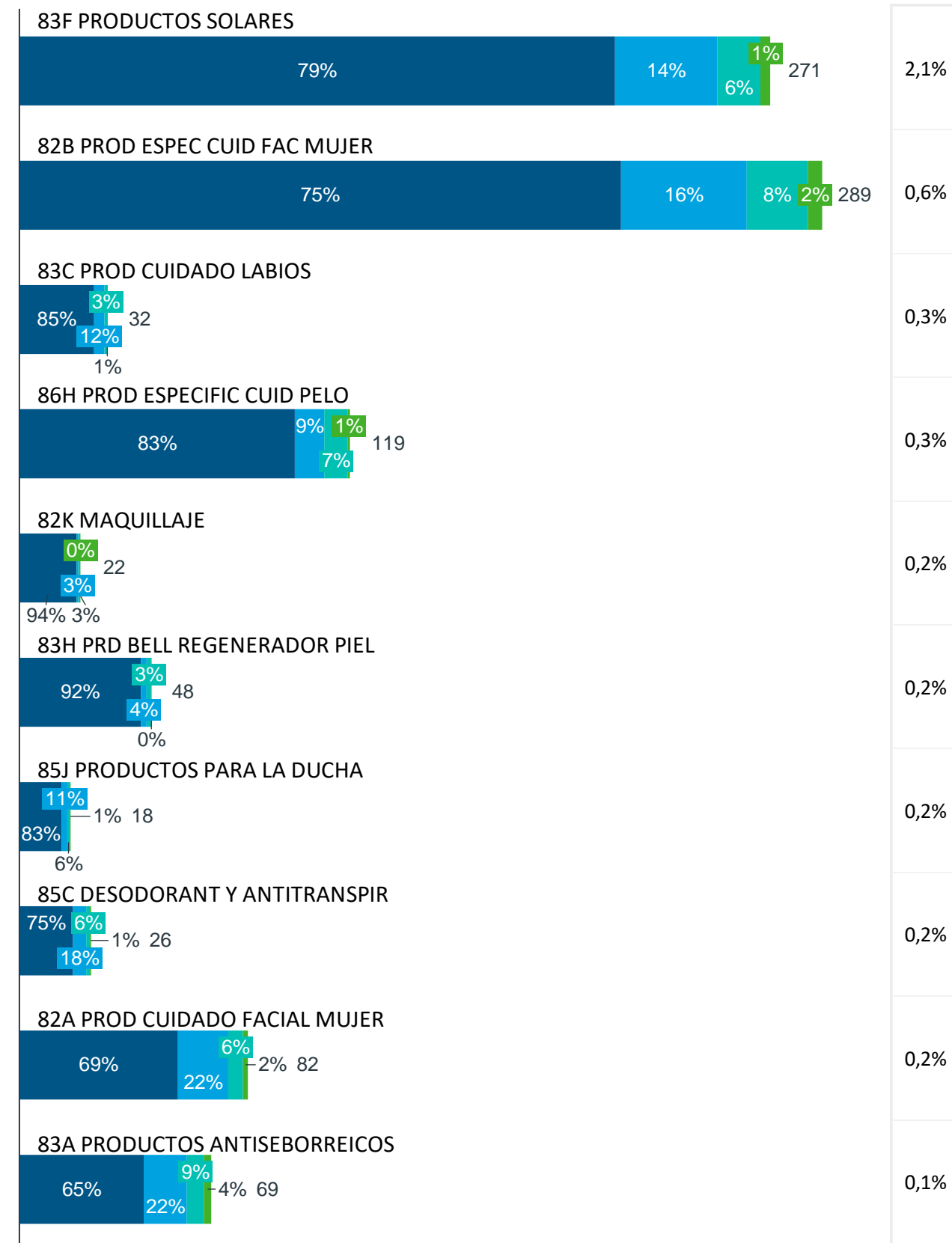
PRODUCTOS DE DERMOCOSMÉTICA



PRODUCTOS DE HIGIENE ORAL



Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 6/2022

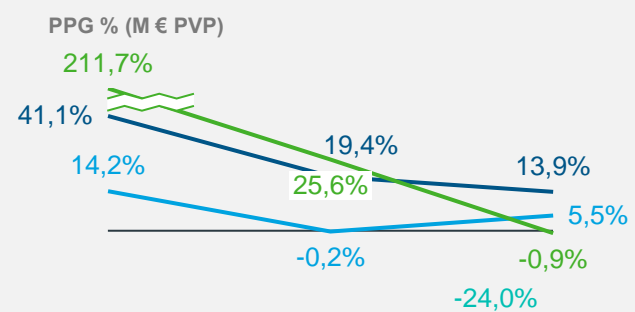
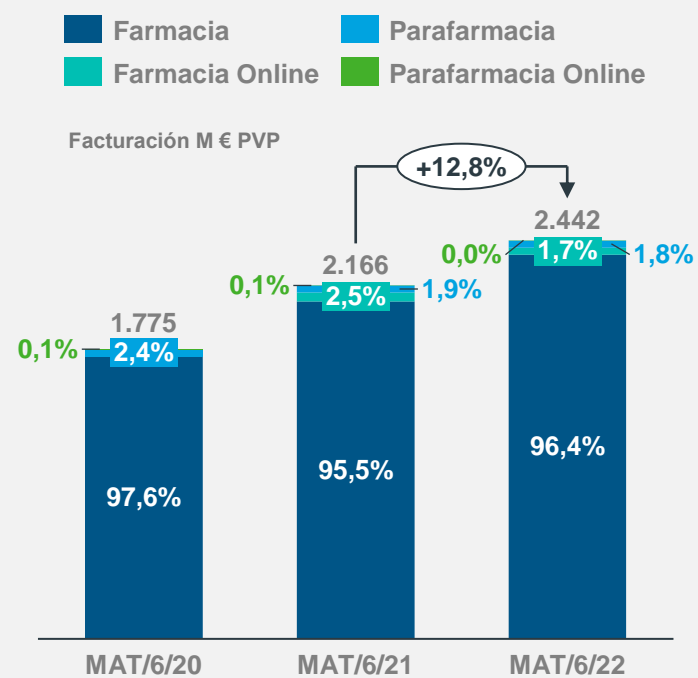


*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior

PAC

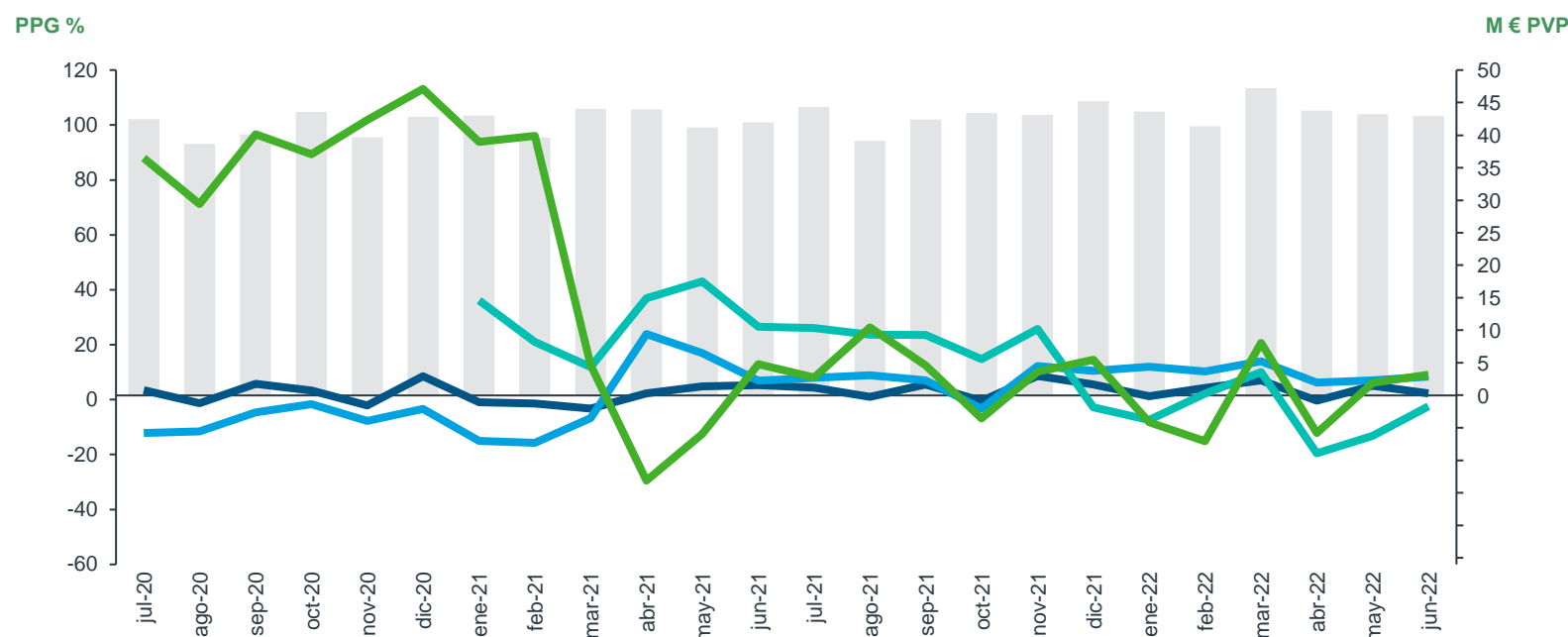
Test de antígenos es la clase que de nuevo aporta más al crecimiento de este segmento

Segmento PAC

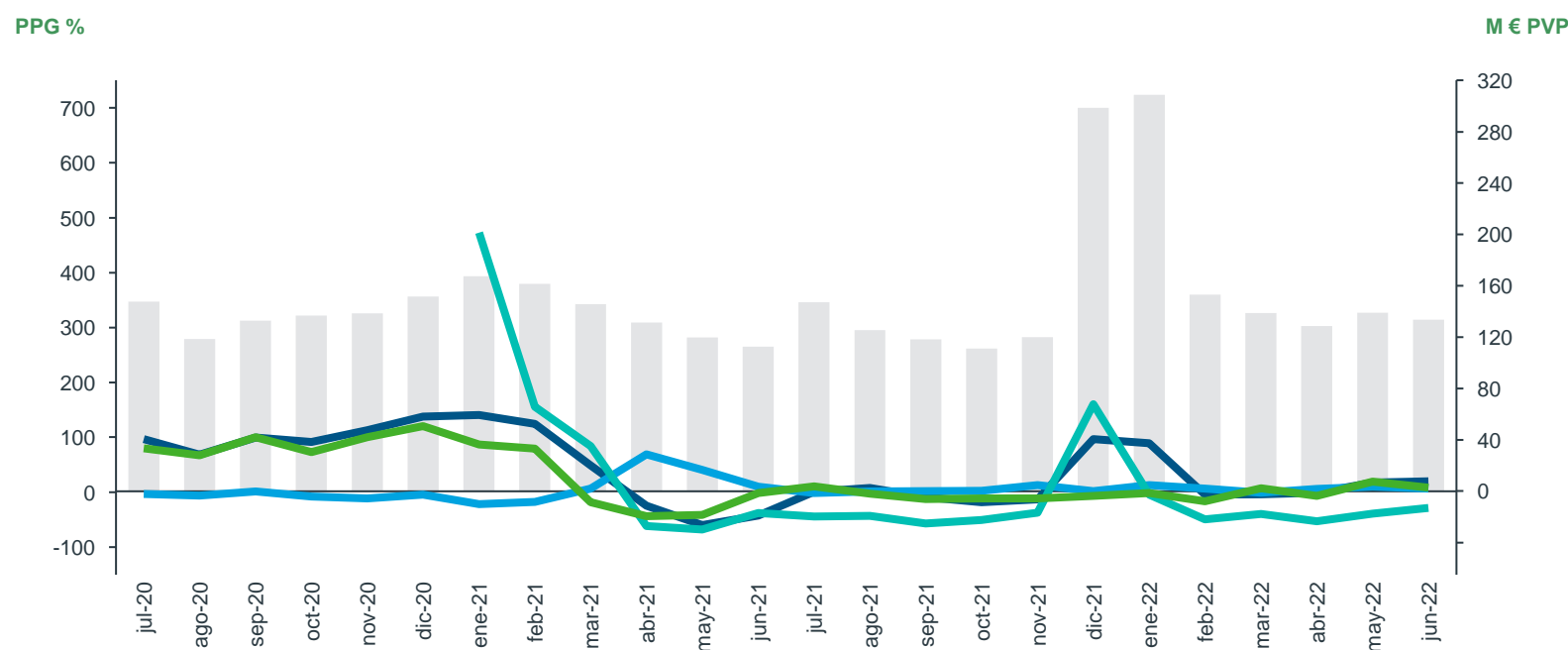


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

PRODUCTOS DE INCONTINENCIA



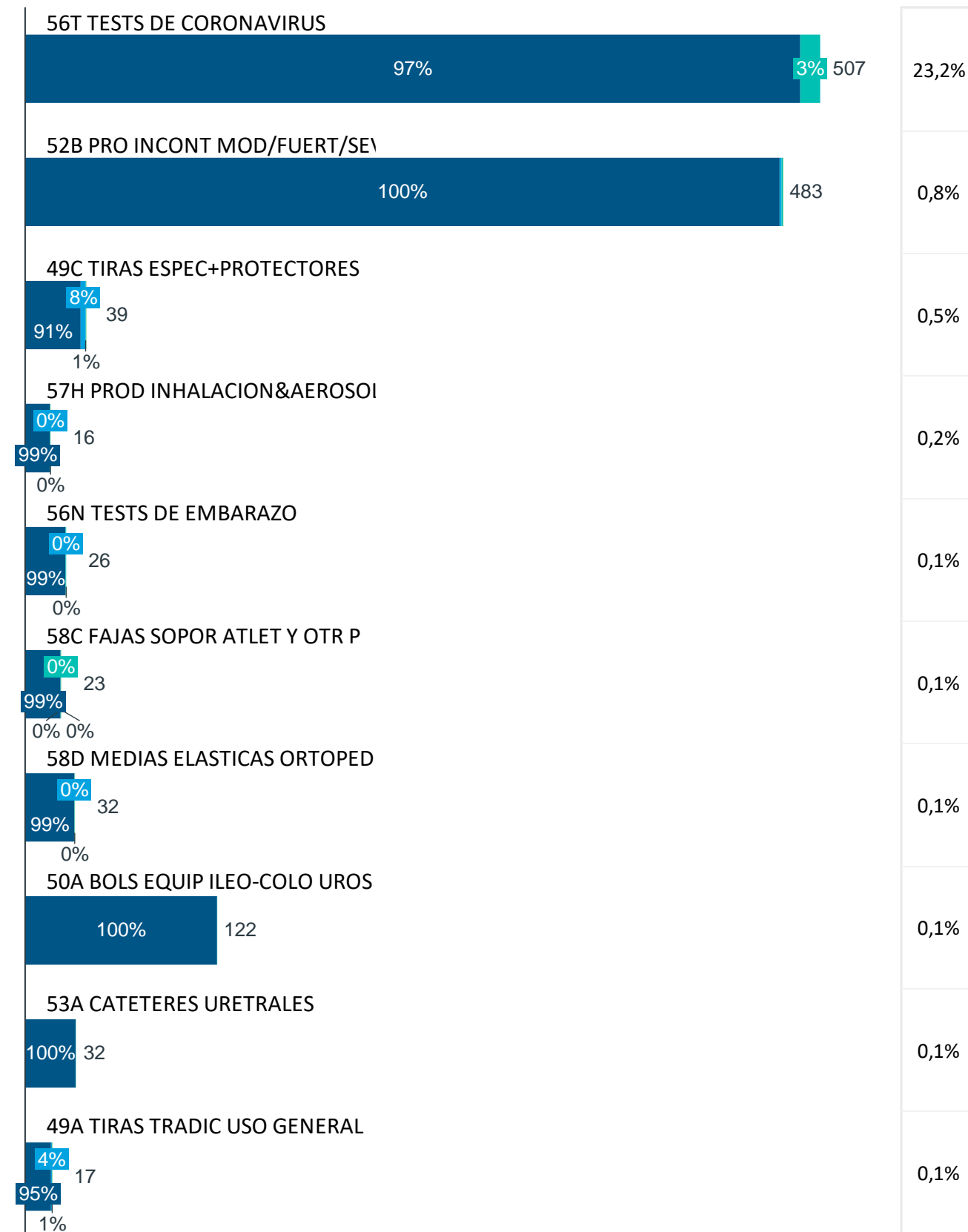
ACCESORIOS SANITARIOS



*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 6/2022

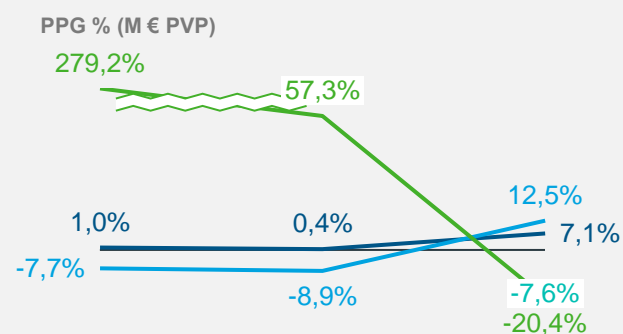
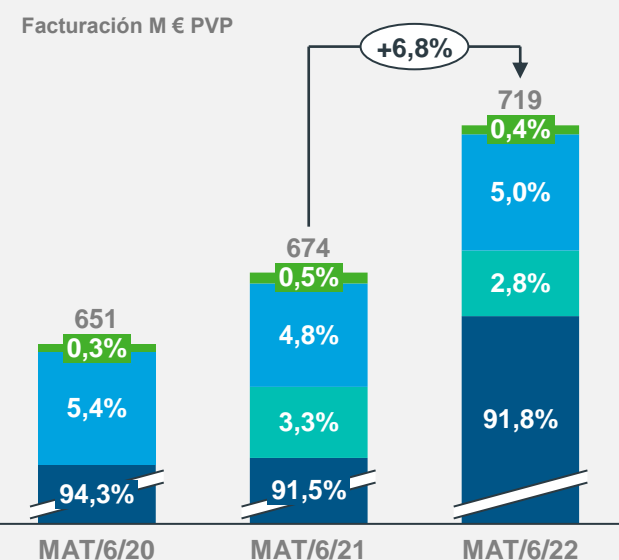


Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

NUT

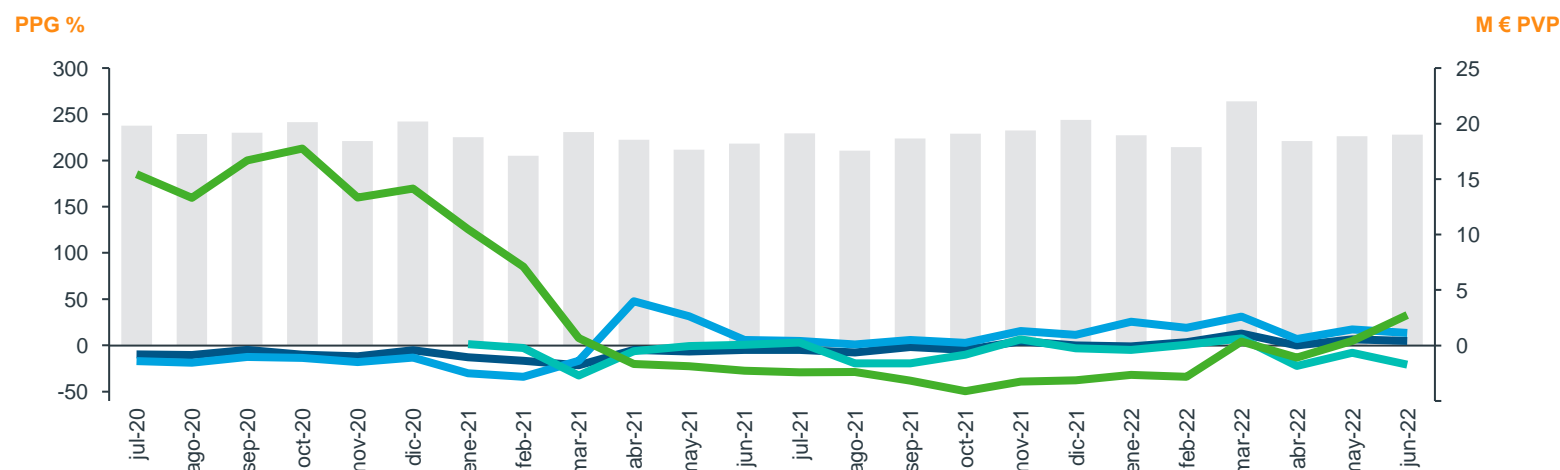
Dietas completas y leches para niños son los productos que más aportan al crecimiento del segmento

Segmento NUT

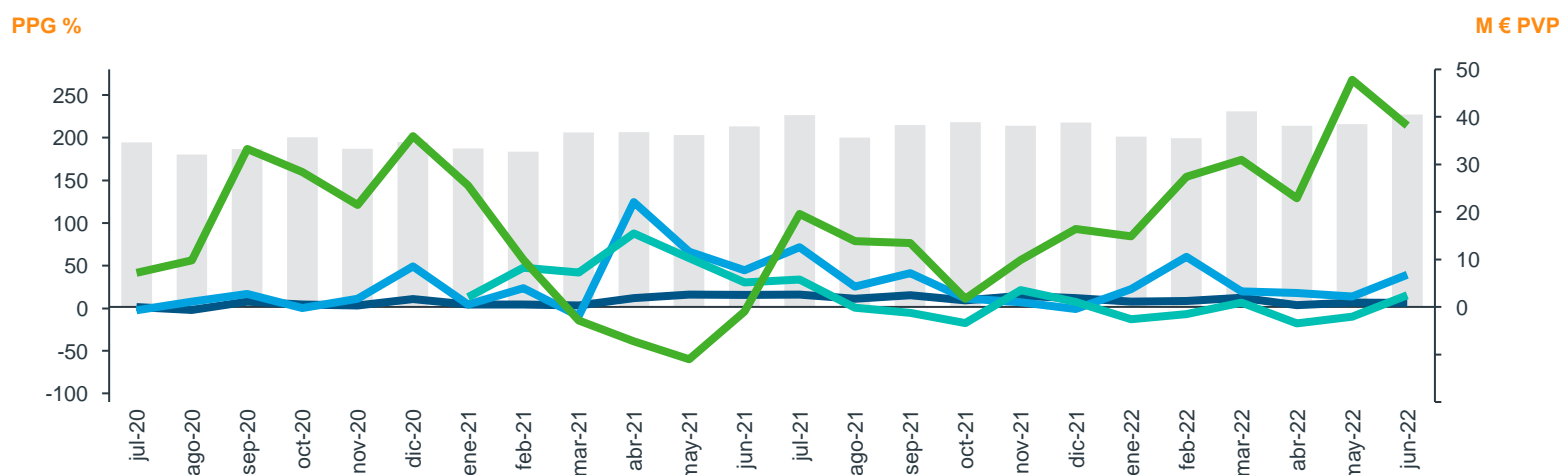


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

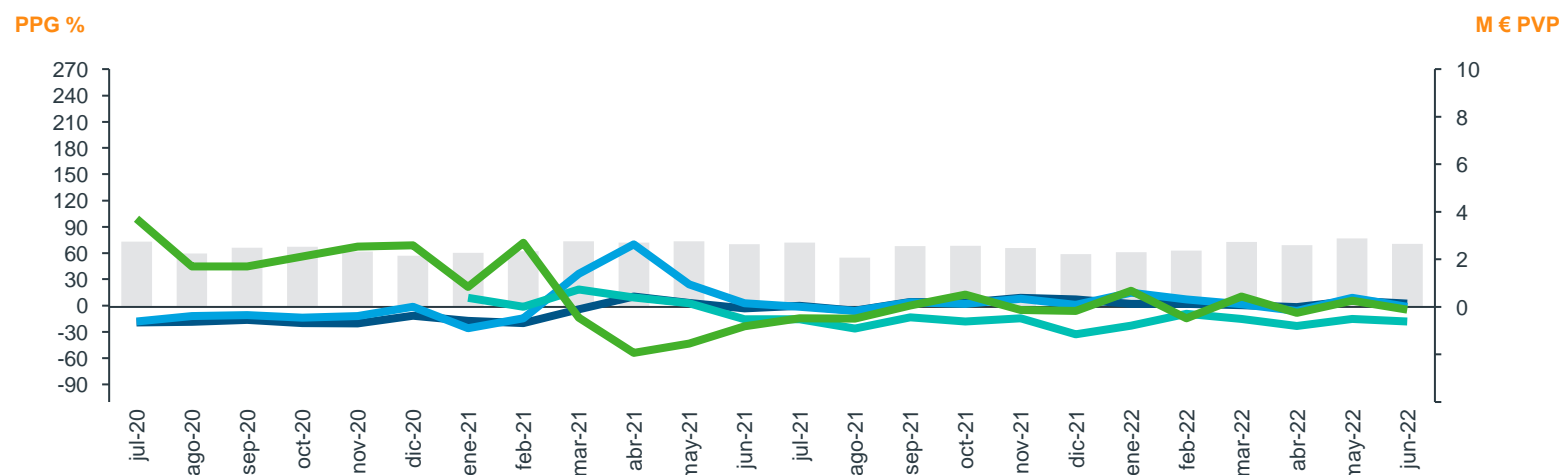
NUTRICIÓN INFANTIL



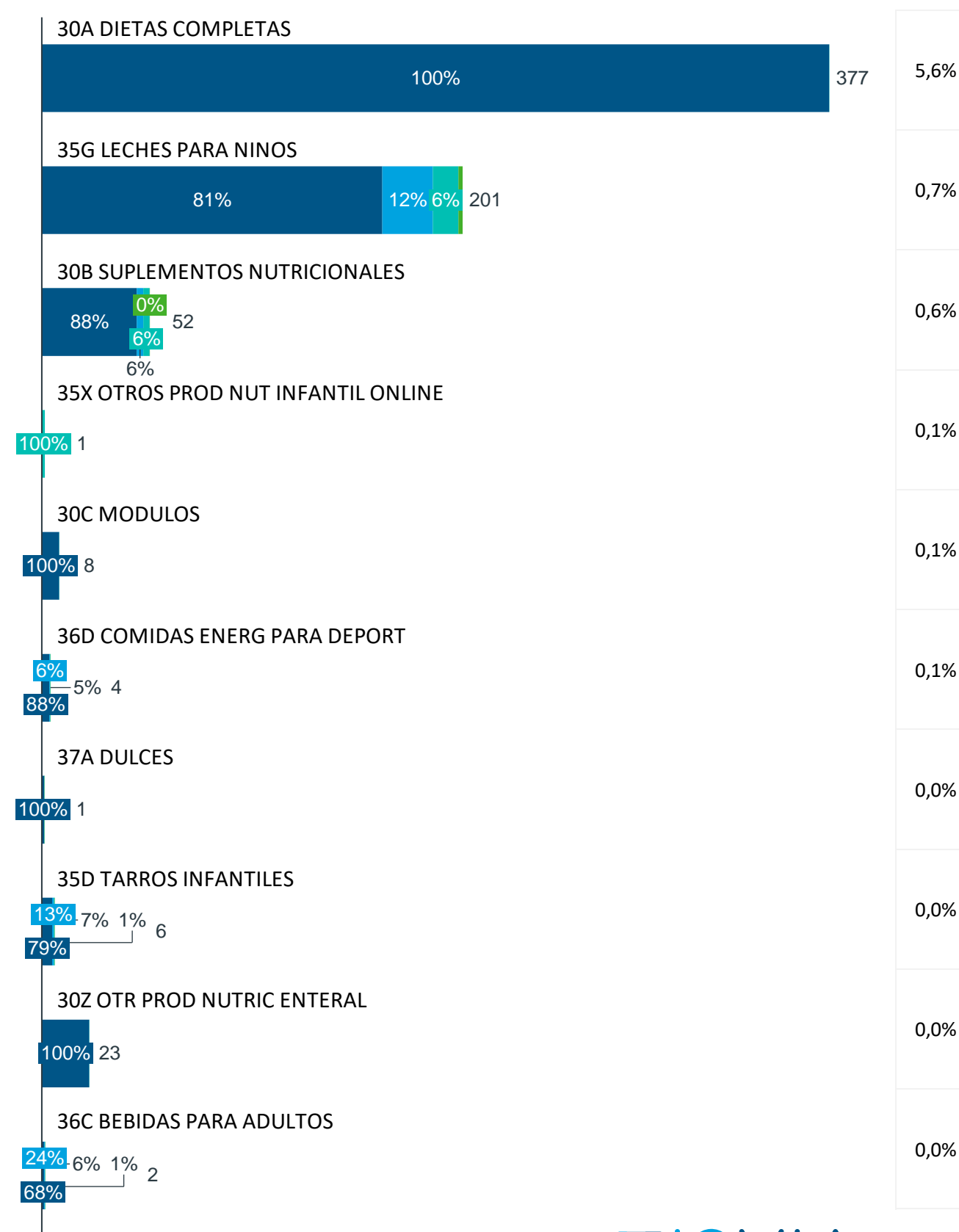
NUTRICIÓN ENTERAL



DIETA OTROS

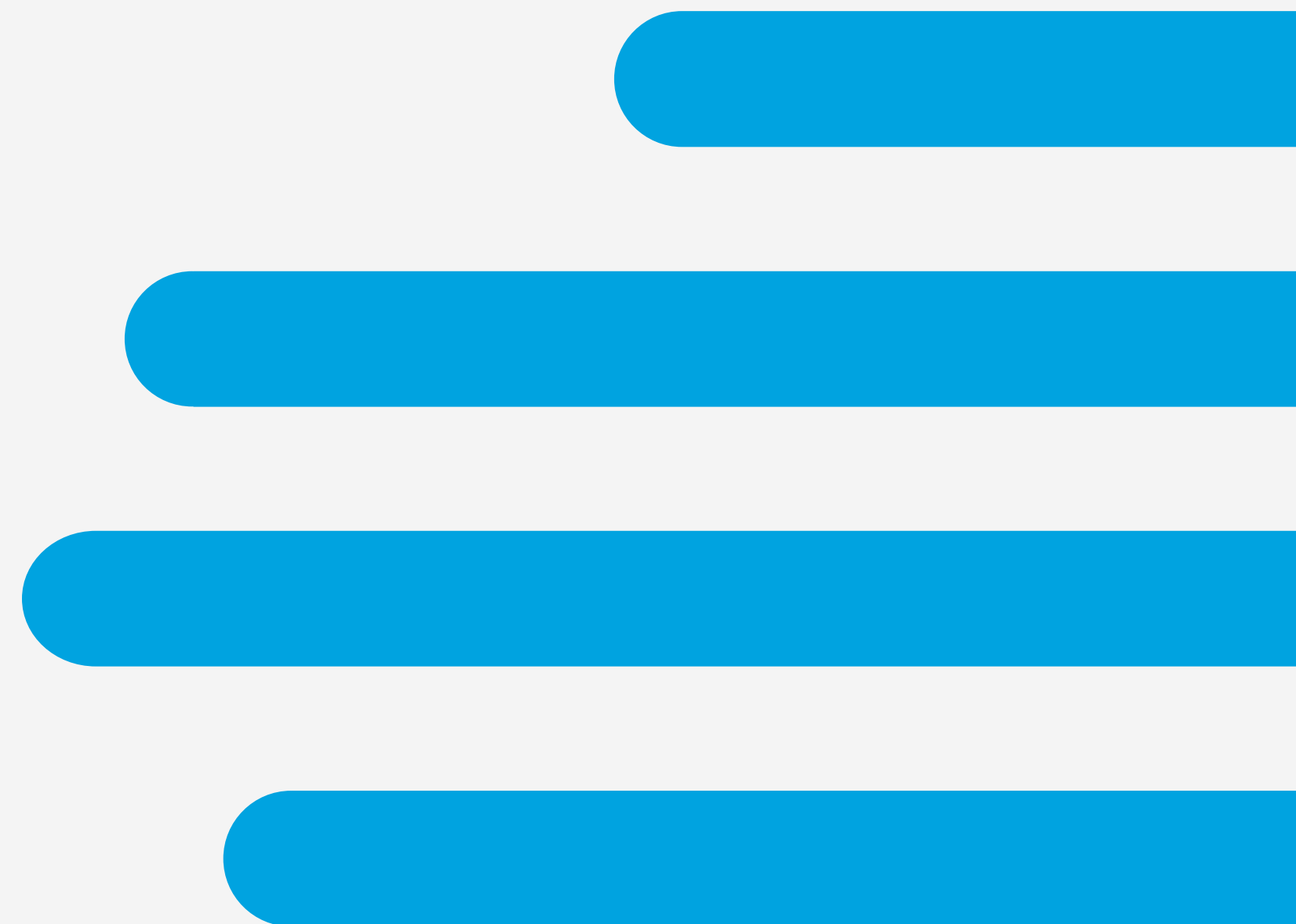


Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 6/2022

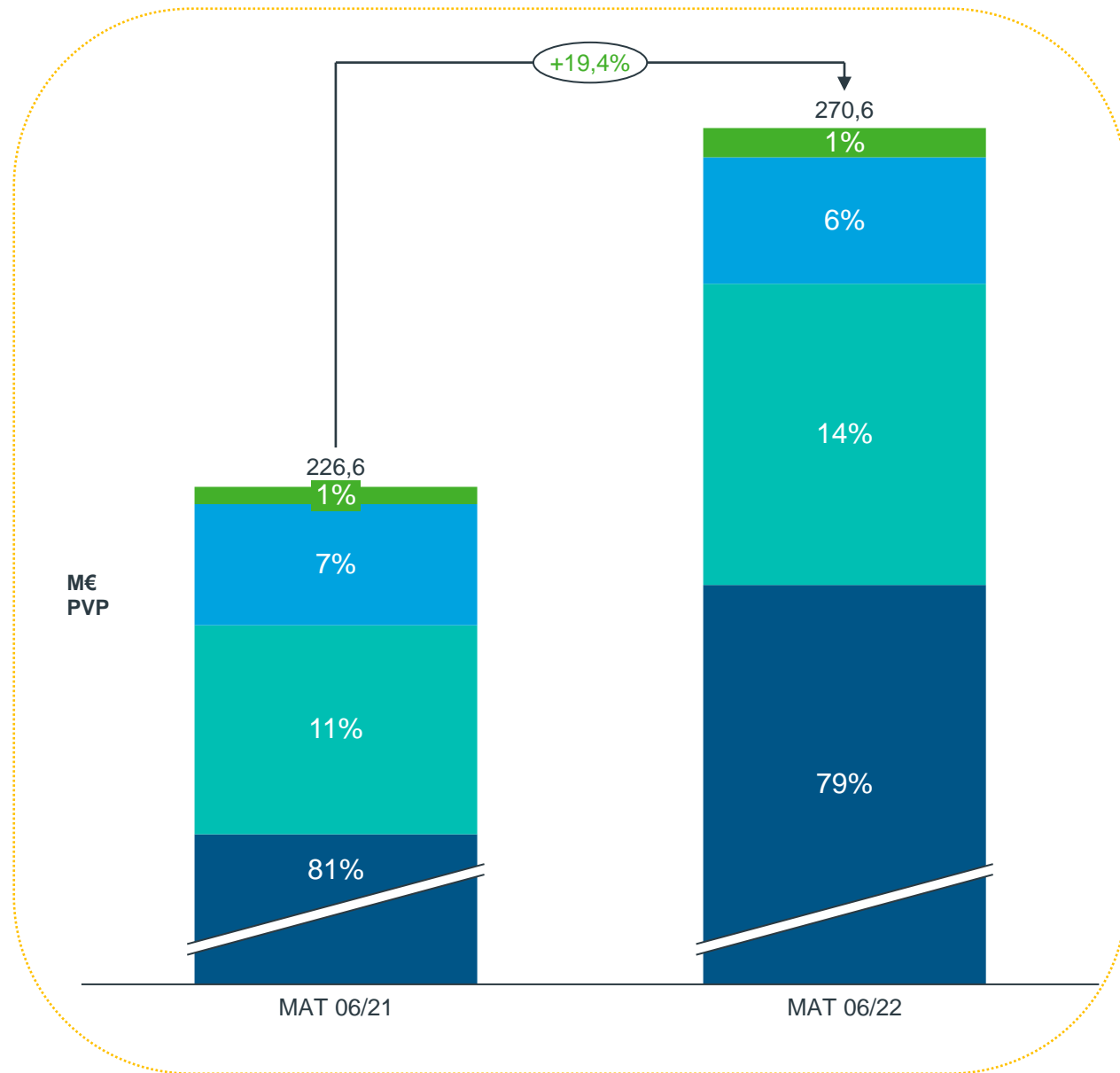


*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior

Anexos

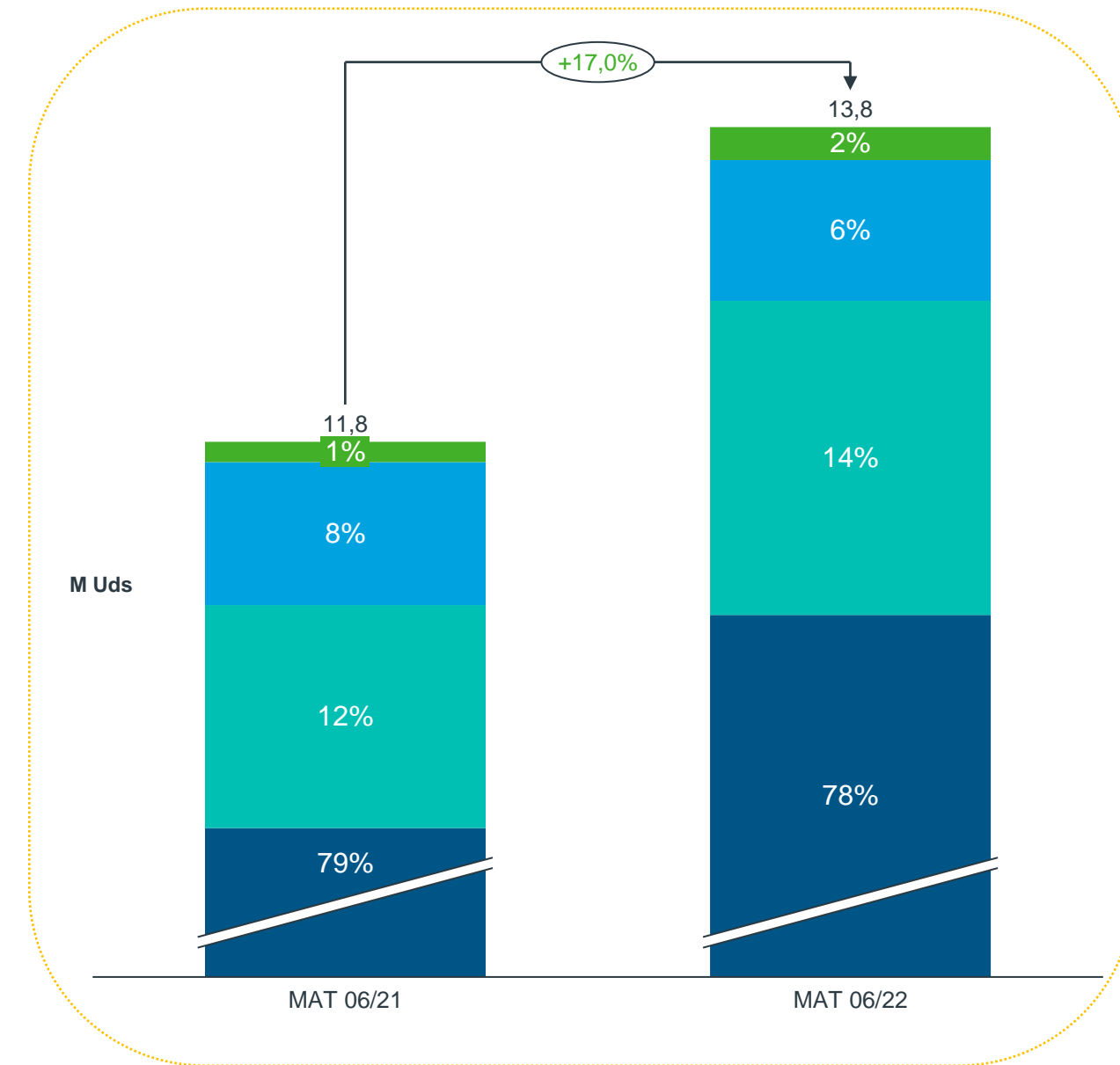


Anexo I. Mercado de solares



Solares

- Parafarmacia online
- Parafarmacia
- Farmacia online
- Farmacia

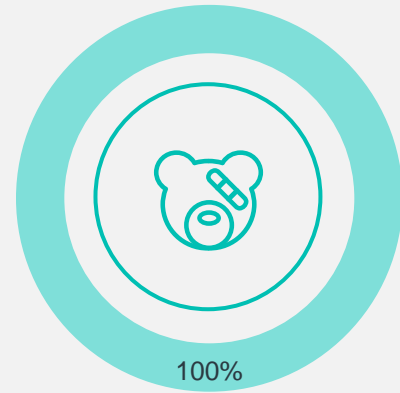


- 83F2 Protector solares adultos
- 83F6 Protector solar niños
- Resto solares: 83F1 Activadores de pigmentación, 83F3 Autobronceadores, 83F4 Productos después sol adultos, 83F5 Productos solares para pelos y 83F9-Otros productos solares



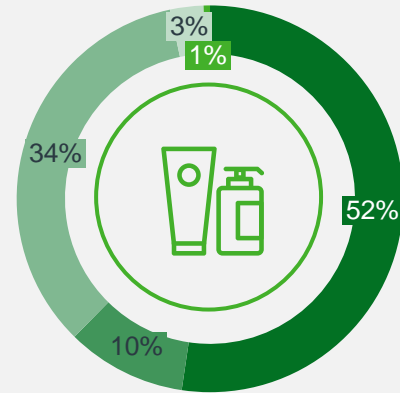
PROTECTOR SOLAR ADULTO

197 M€ PVP



PROTECTOR SOLAR NIÑOS

32 M€ PVP



RESTO SOLARES

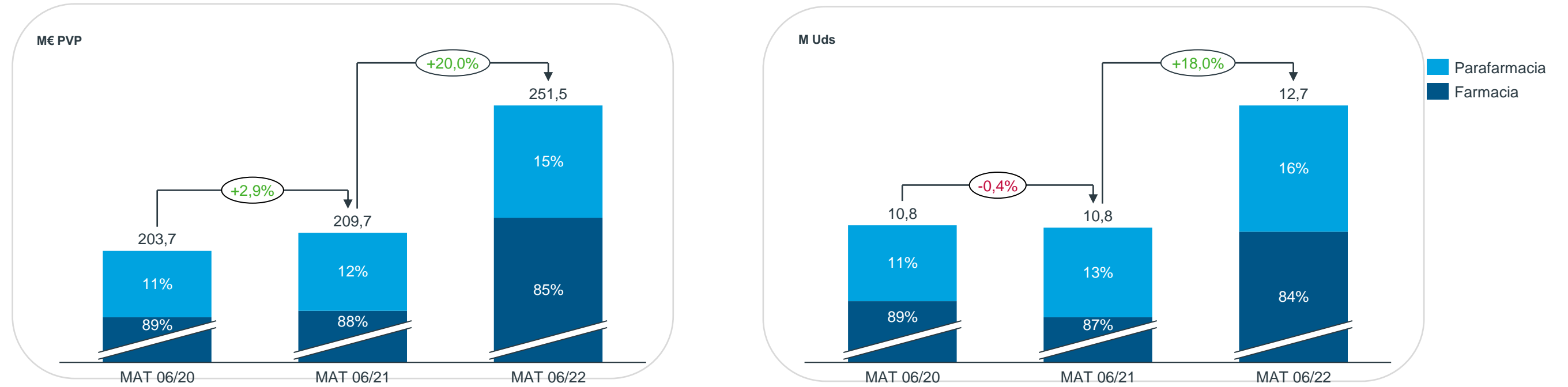
22 M€ PVP

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

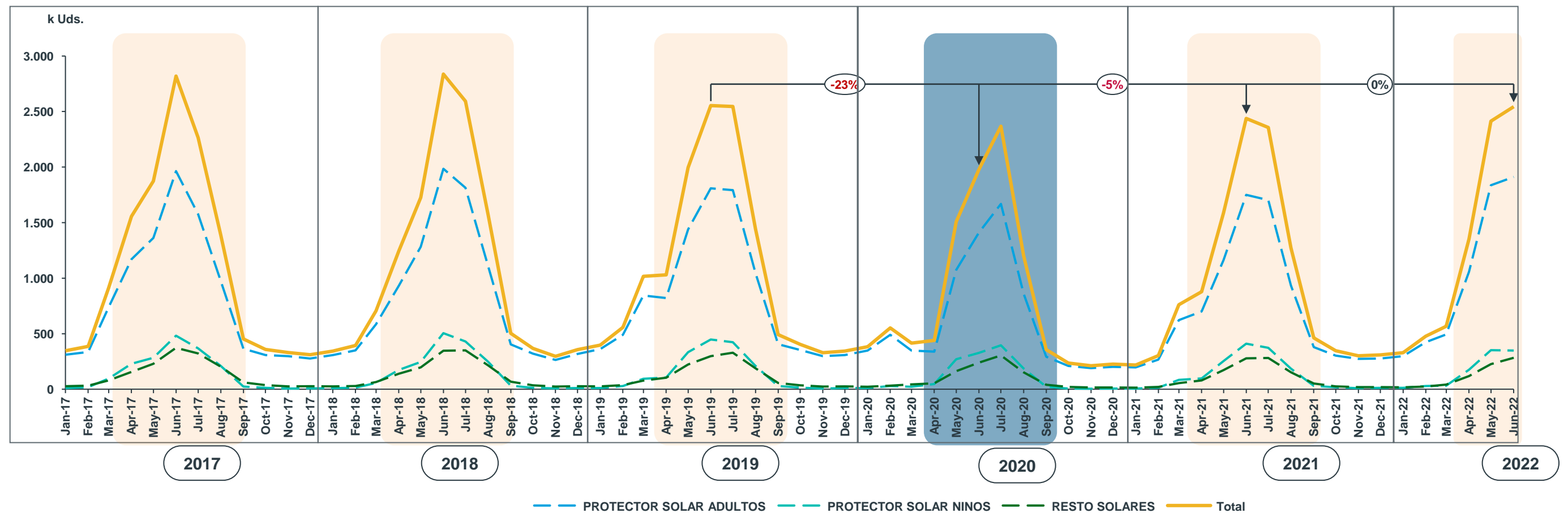
Mercado solares

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

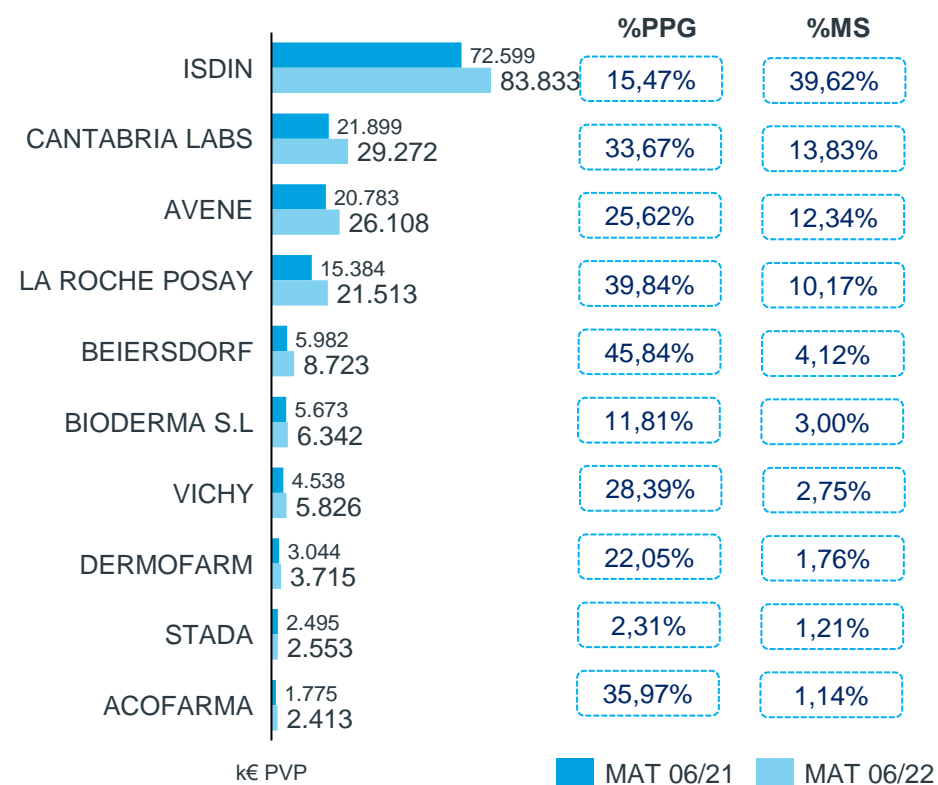
Avene se mantiene como top 3 tanto en adultos como niños

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

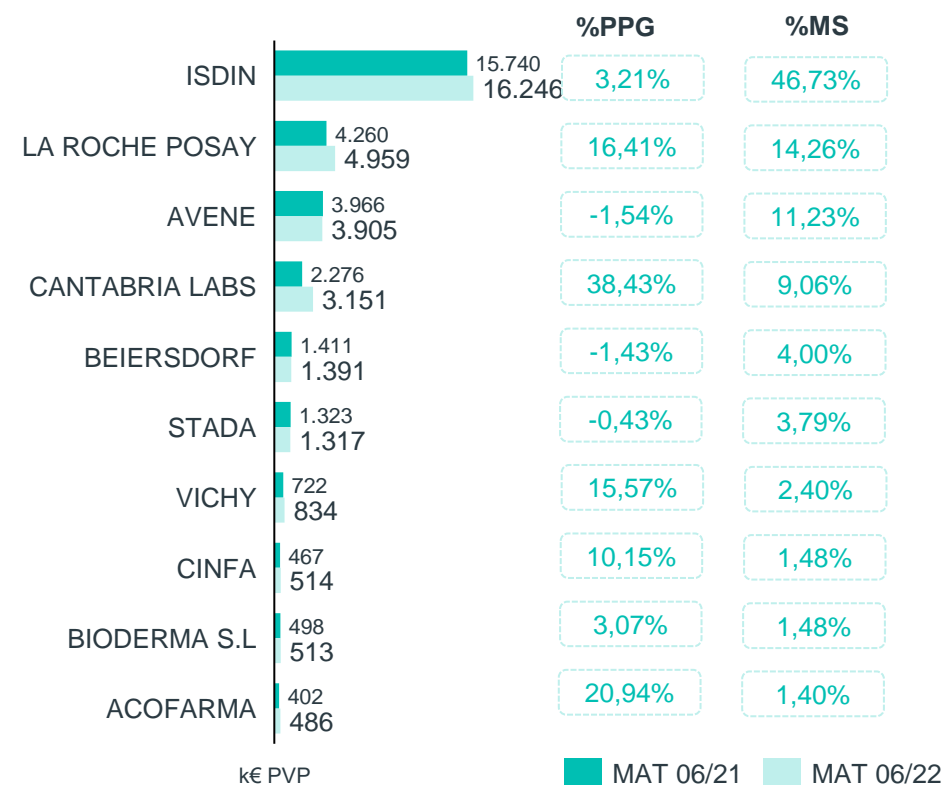
! Canal farmacia, parafarmacia, parafarmacia online y farmacia online



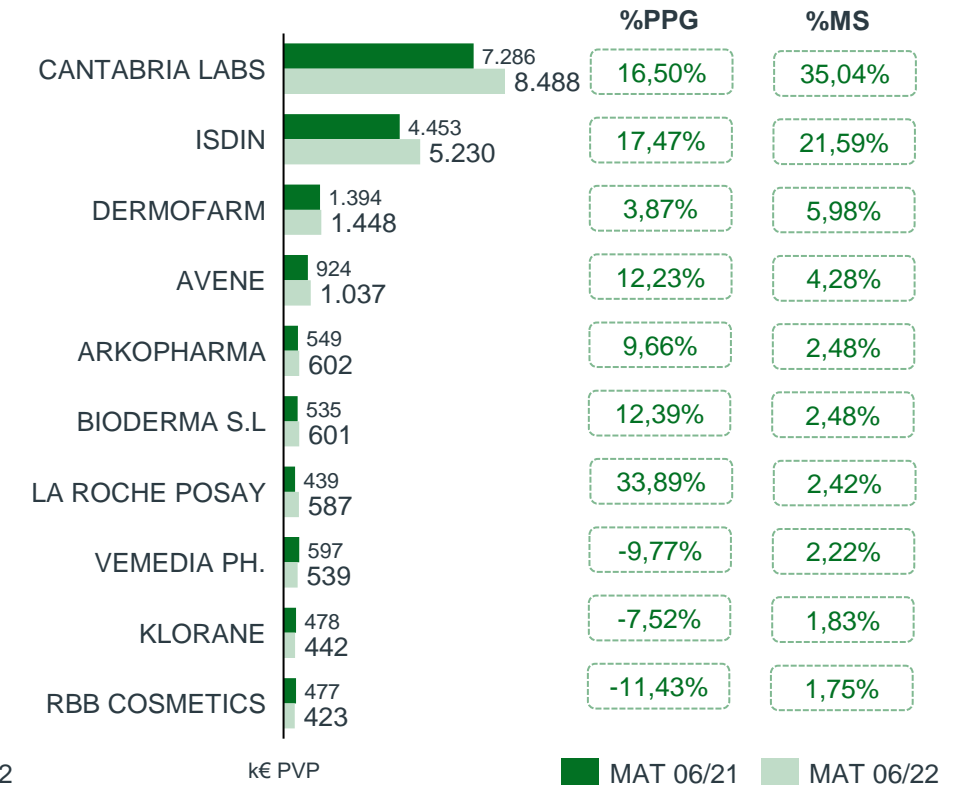
Evolución top 10 laboratorios solares adultos (MAT 06/22 vs MAT 06/21)



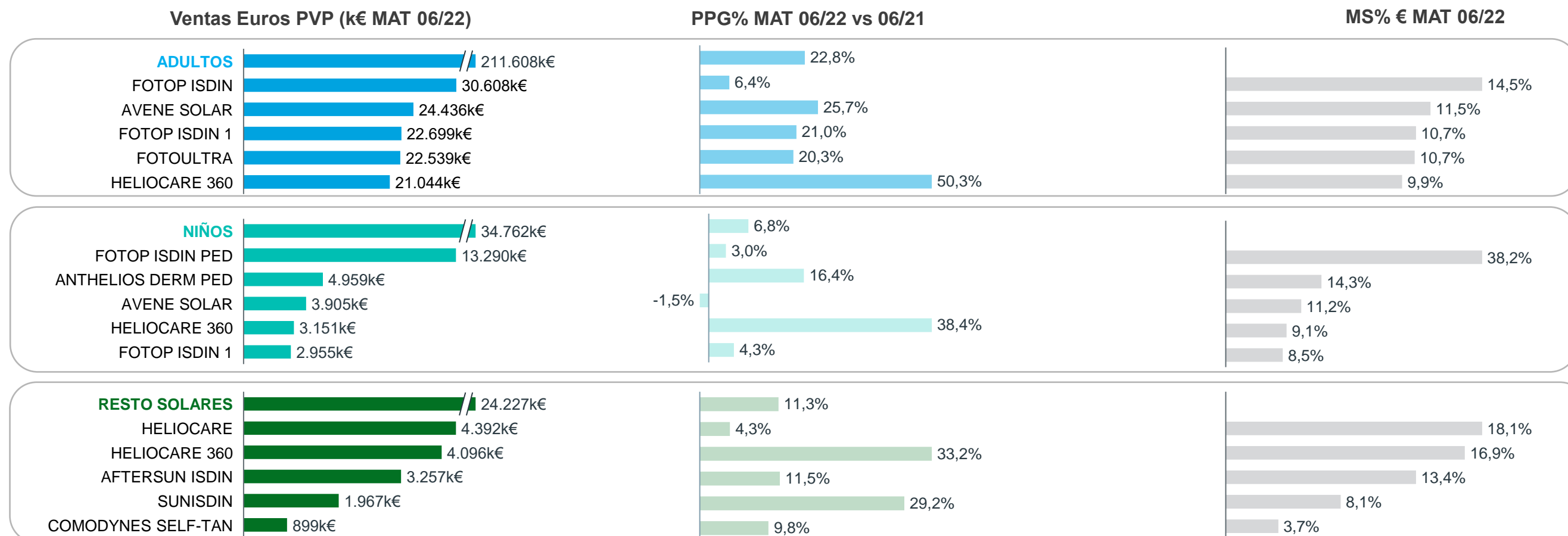
Evolución top 10 laboratorios solares niños (MAT 06/22 vs MAT 06/21)



Evolución top 10 laboratorios resto solares (MAT 06/22 vs MAT 06/21)



Top 5 Productos por segmento





INFORME TENDENCIAS DEL MERCADO FARMACÉUTICO

Junio 2022

