



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de marzo 2018

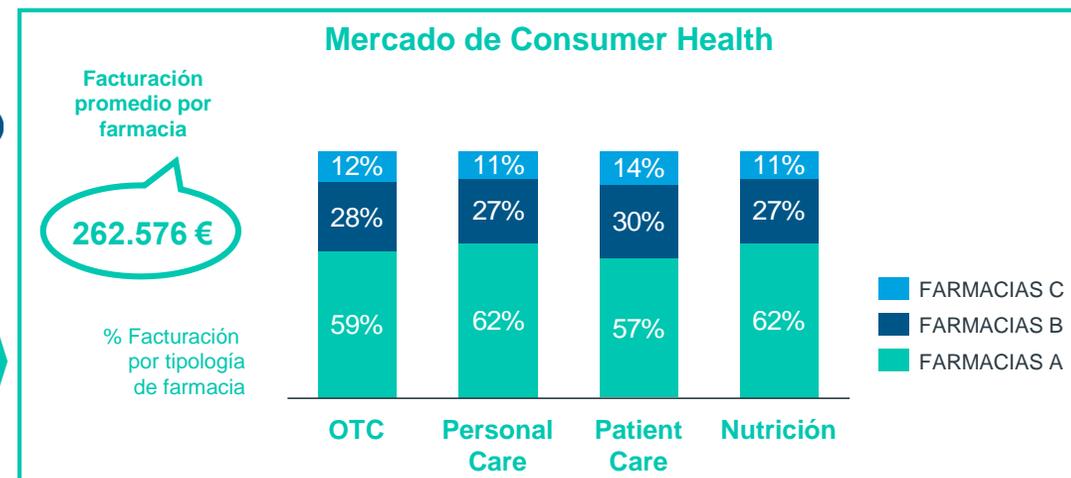
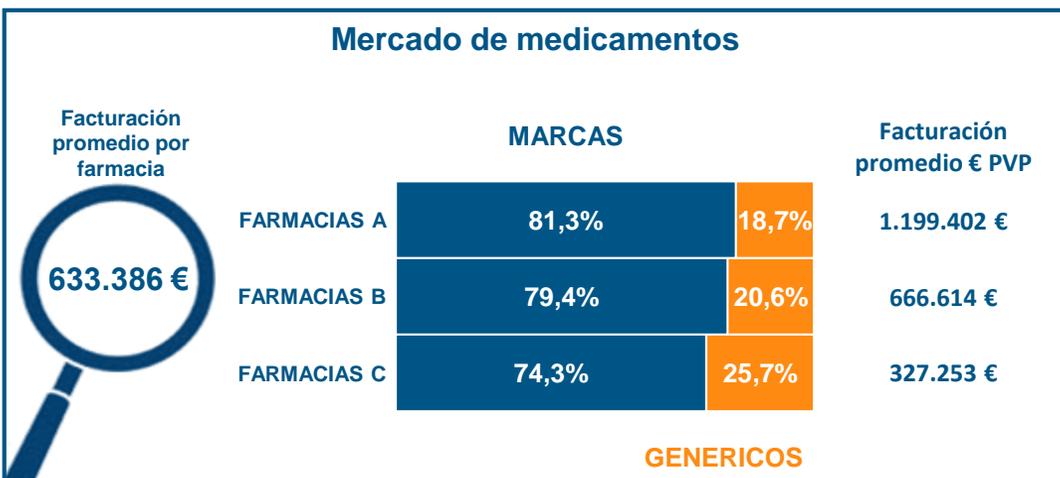
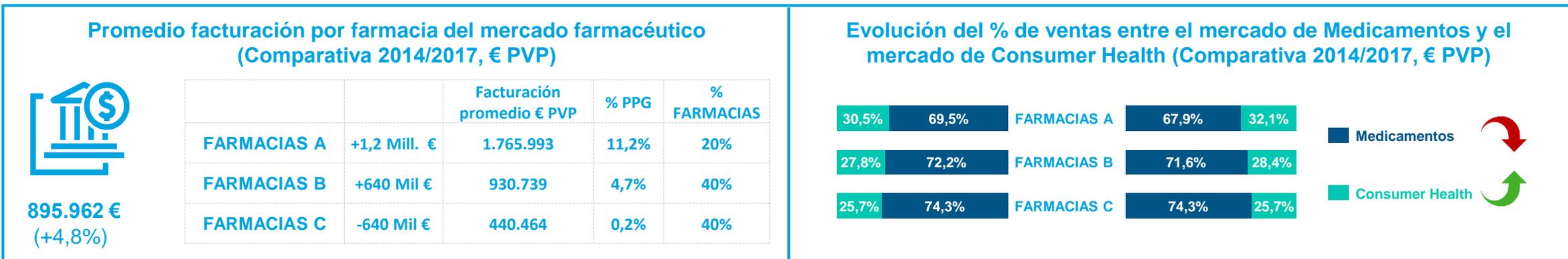
Abril 2018

Índice

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

La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 5% en los últimos 3 años, el 29% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

La facturación del mercado de medicamentos desciende en las farmacias de alto potencial y se mantiene en las de bajo potencial en la comparativa de los últimos 3 años



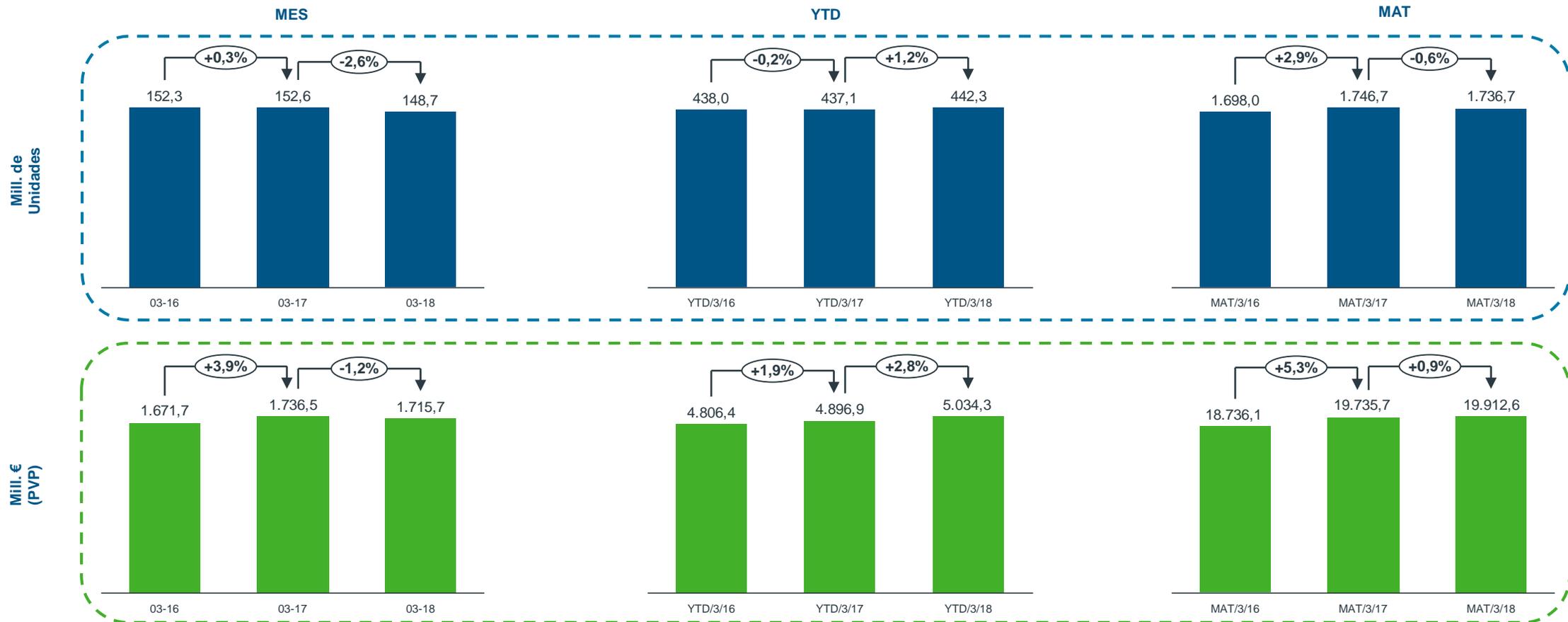
Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias
 *% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2017

Índice

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

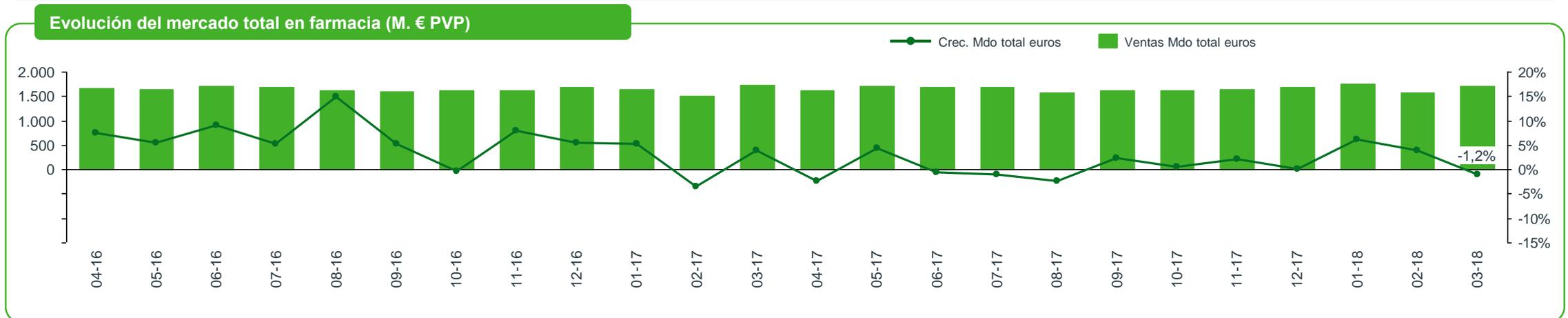
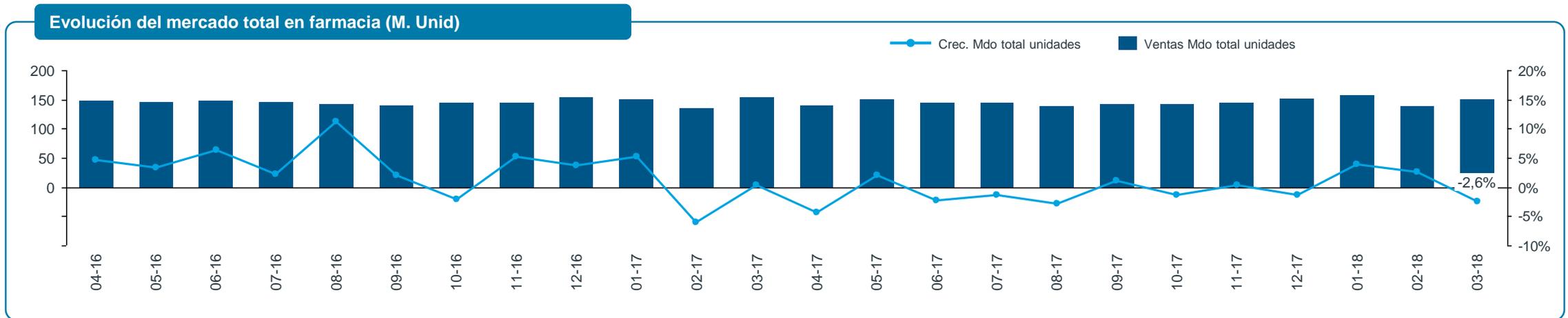
En el último año, el mercado farmacéutico presenta crecimiento en valores (+0,9%) pero decrecimiento en unidades un (-0,6%)

Total mercado farmacéutico



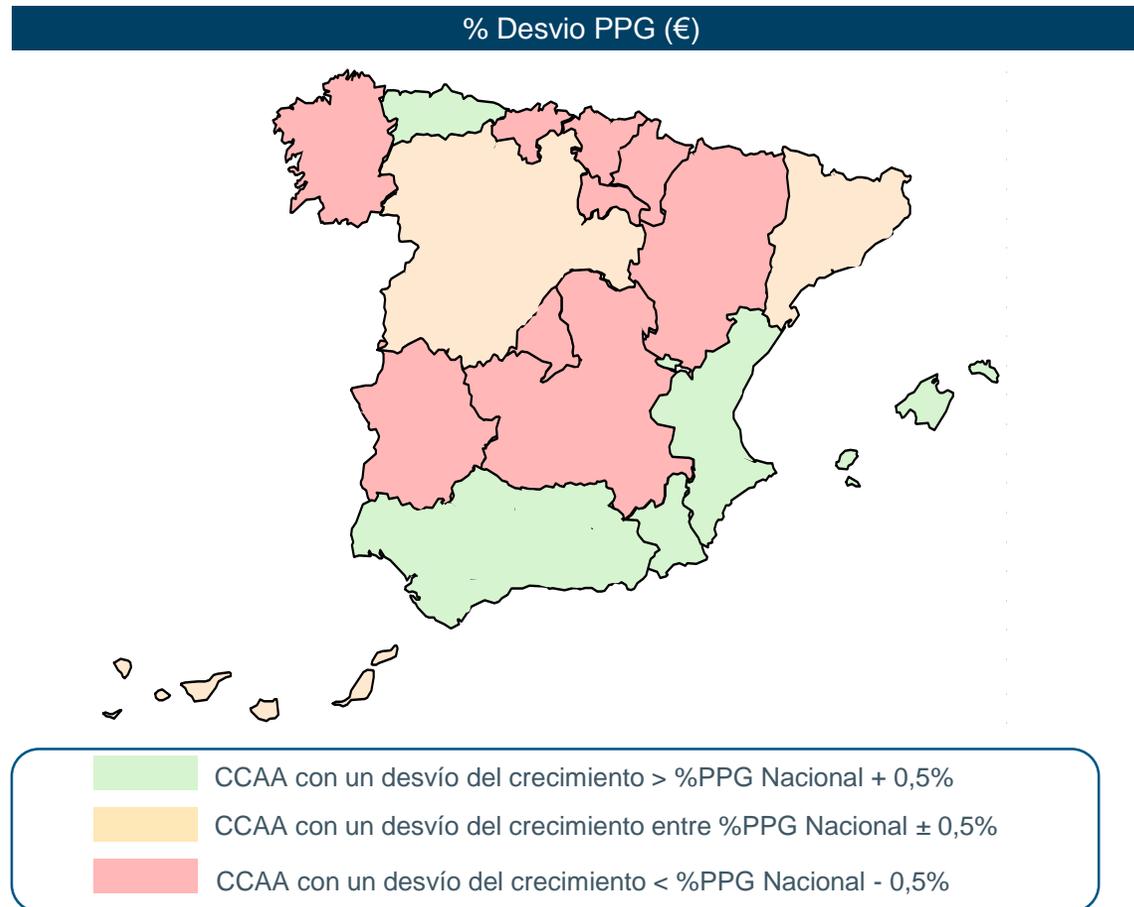
Después de dos meses consecutivos con crecimientos positivos, el mercado presenta una caída del -2,6% en volumen en marzo 2018

Marzo 2018 rompe la tendencia positiva de meses anteriores, tanto en valores como en volumen



5 de las 17 CCAA tienen un crecimiento superior al de la media nacional

Baleares es la CCAA con mayor crecimiento en el último MAT mientras que Andalucía es la que más aporta



MAT 01/2018	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
ANDALUCIA	2,7%	53,7%
ARAGON	-1,2%	-4,2%
ASTURIAS	1,6%	4,4%
BALEARES	3,5%	7,9%
ISLAS CANARIAS	1,0%	5,4%
CANTABRIA	-1,6%	-2,5%
CASTILLA LA MANCHA	-0,4%	-2,1%
CASTILLA LEON	1,0%	5,6%
CATALUÑA	0,9%	15,4%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,4%	31,5%
EXTREMADURA	-0,4%	-1,2%
GALICIA	-1,4%	-9,8%
LA RIOJA	-1,2%	-0,9%
MADRID	-0,4%	-5,6%
MURCIA	1,9%	6,7%
NAVARRA	-1,2%	-1,7%
PAIS VASCO	-0,5%	-2,6%
TOTAL NACIONAL	0,9%	100%

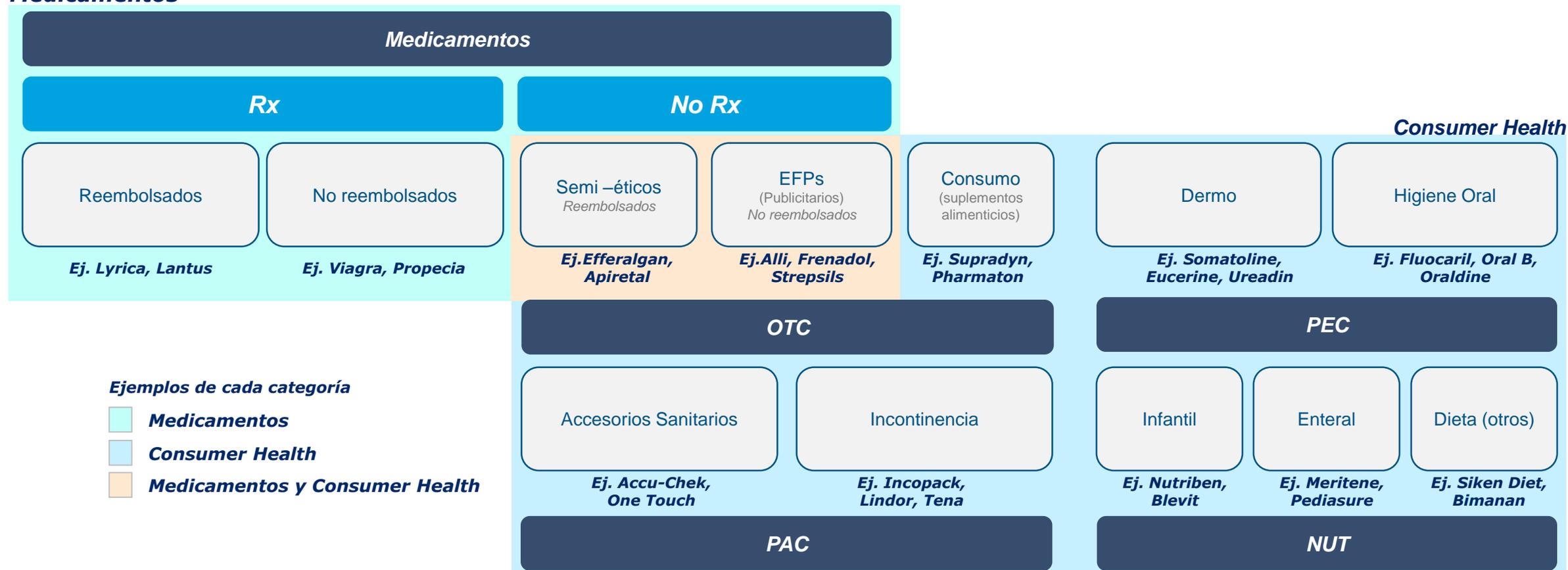
Índice

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

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



Ejemplos de cada categoría

- Medicamentos
- Consumer Health
- Medicamentos y Consumer Health

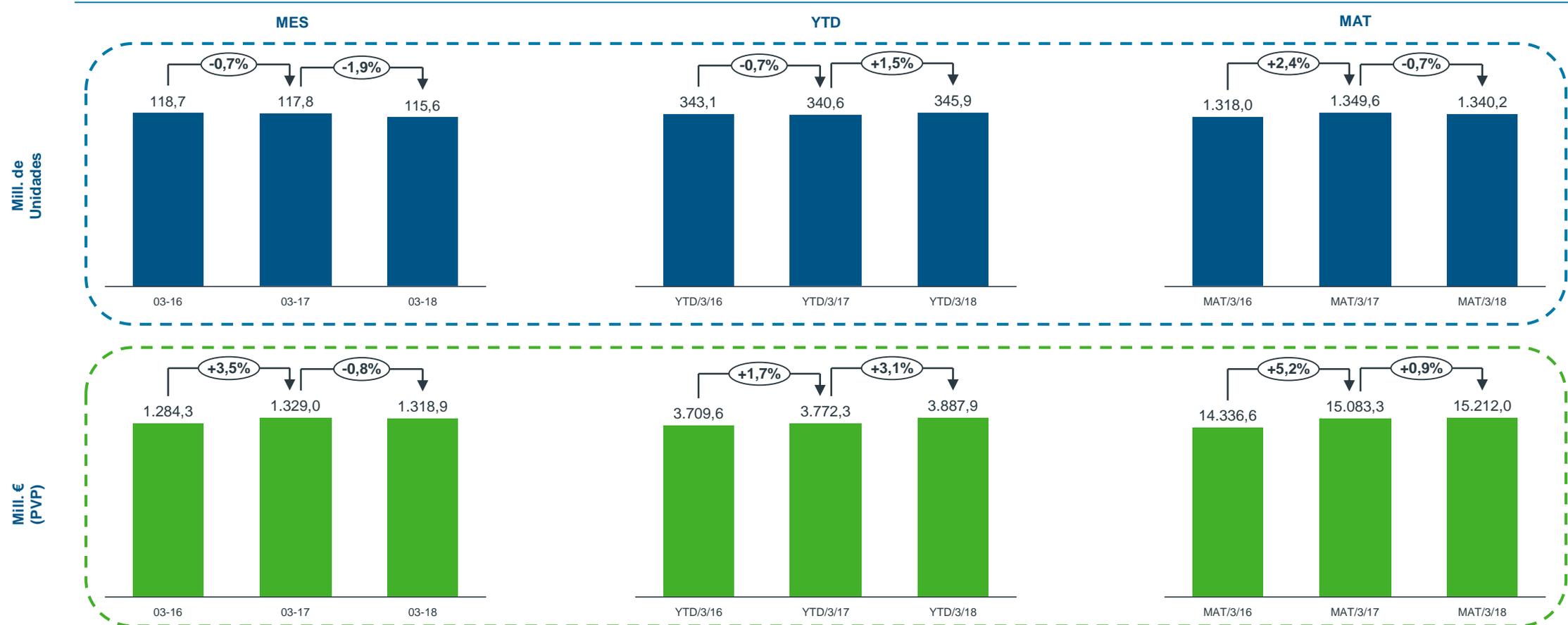
Índice

- + 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 ha reducido su crecimiento en valores en los 12 últimos meses y ha decrecido en volumen

Además, marzo 2018 presenta un decrecimiento en valores que contrasta con la evolución positiva de marzo 2017

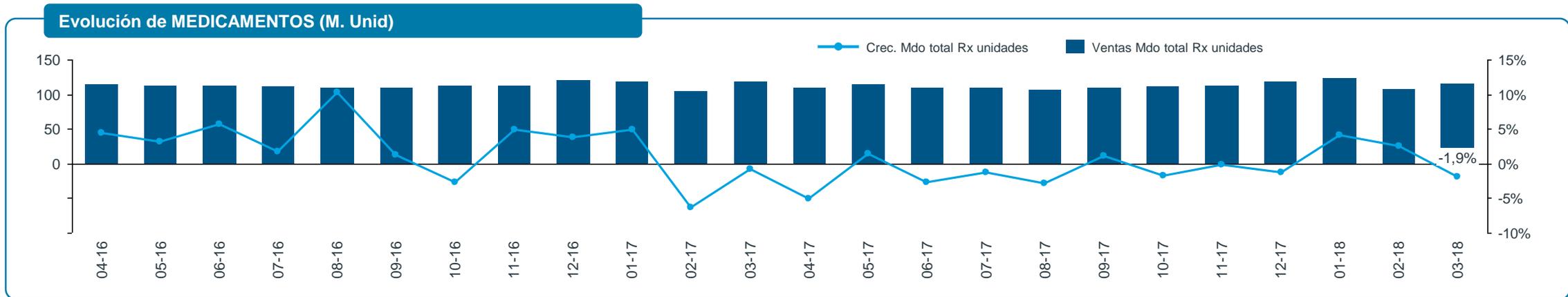
Mercado de Medicamentos



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

En marzo 2018 el mercado decrece en valores (-1,9%) y en volumen (-0,9%)

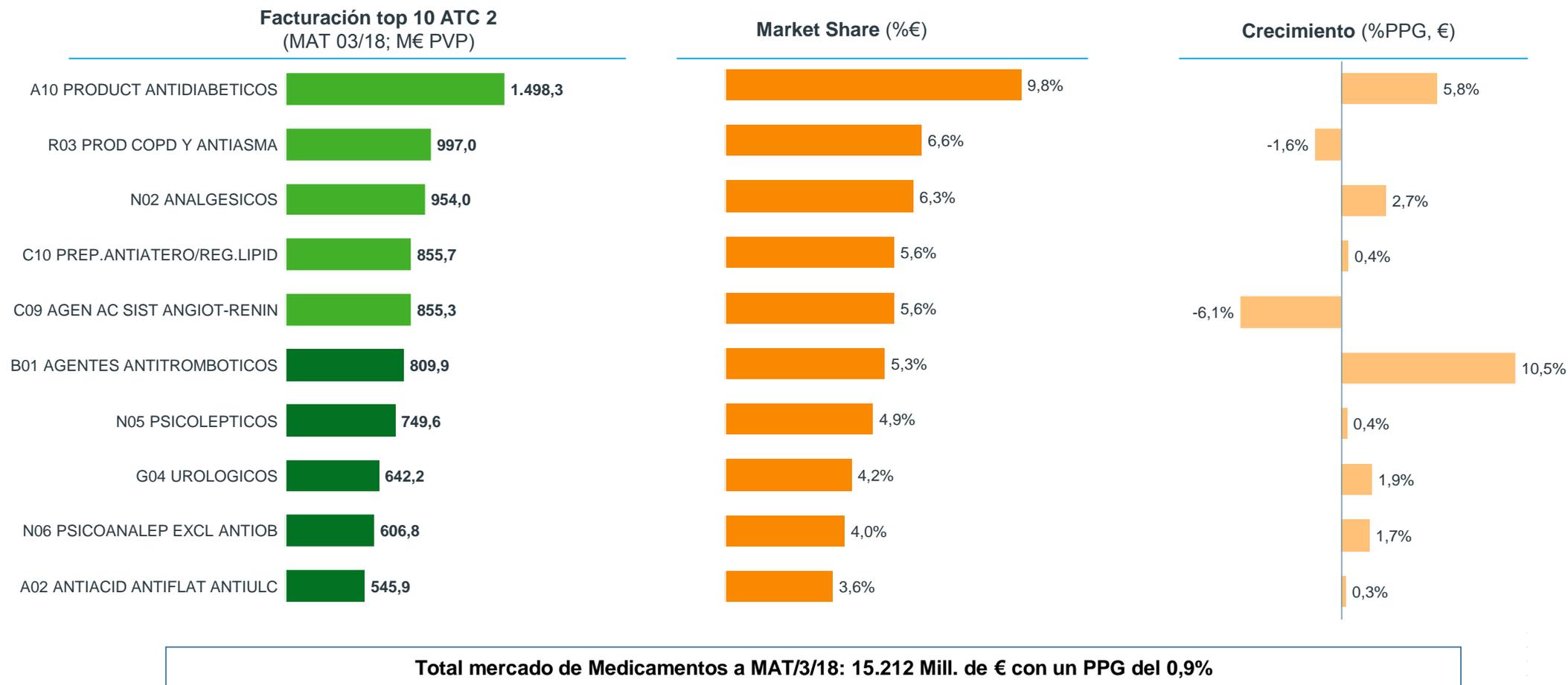
Esta tendencia es contraria a la presentada desde el comienzo del 2018



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

Los productos antidiabéticos son la clase terapéutica con mayor facturación en España en el último año

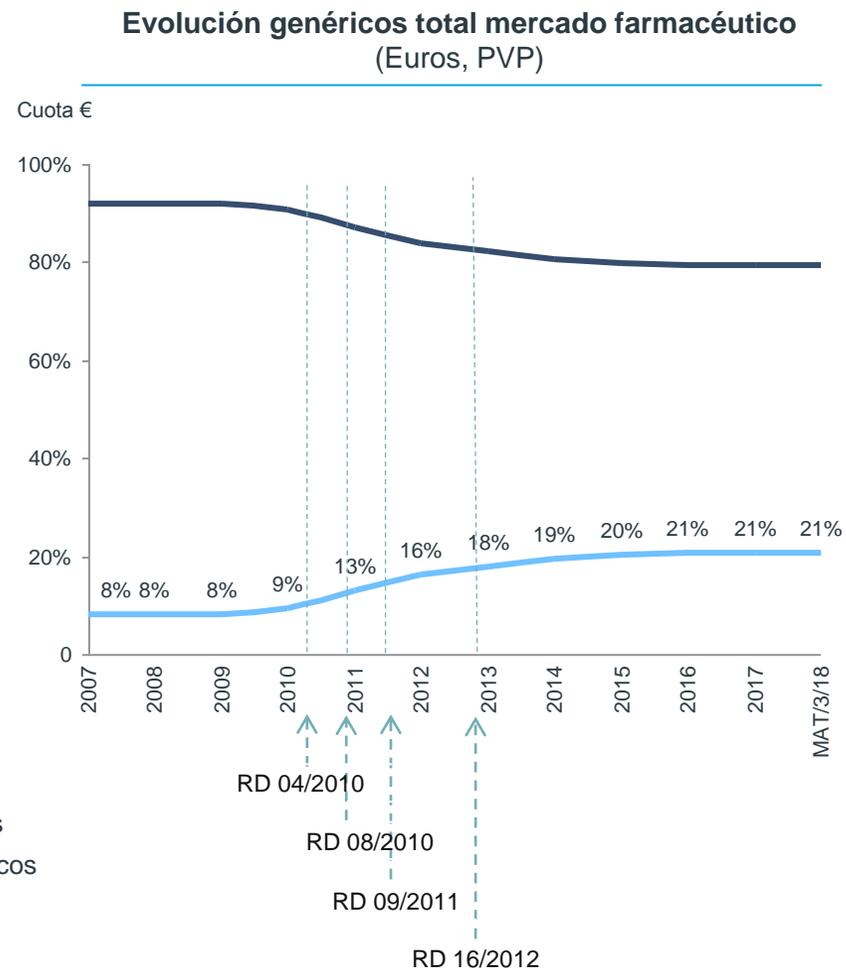
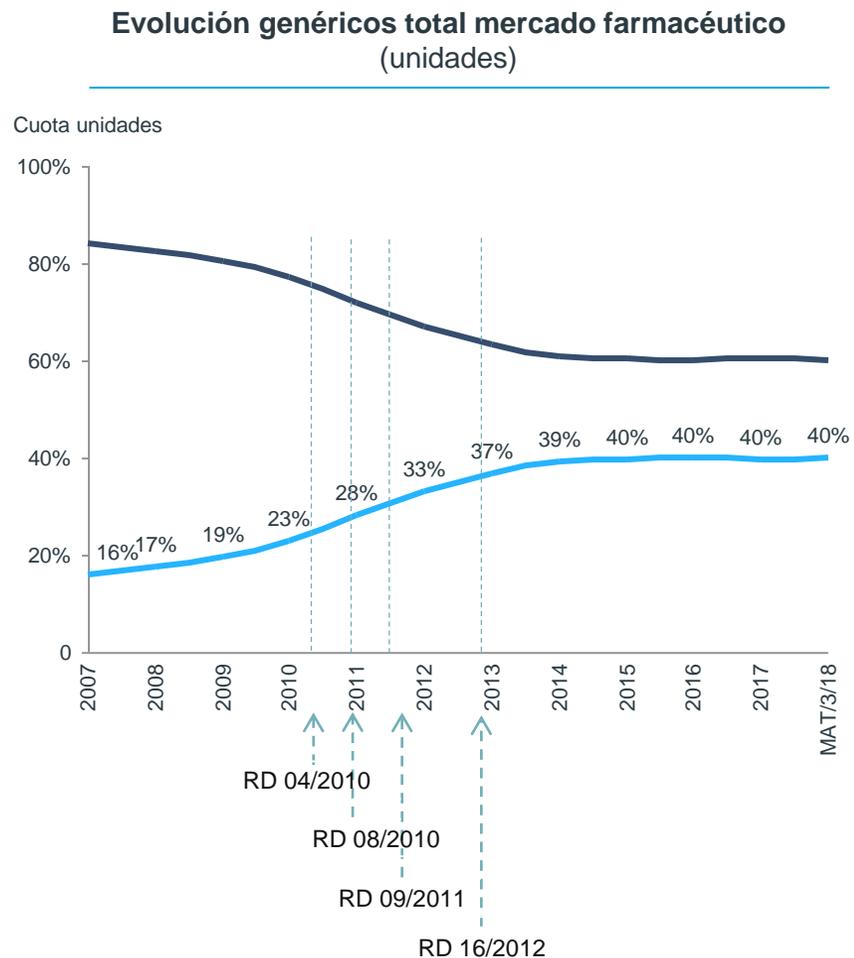
La clase que presenta mayor crecimiento en el periodo es la que contiene los productos antitrombóticos



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

Tras unos años de crecimiento, desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado

Estos acumulan un 40% de las ventas en unidades y un 21% en valores

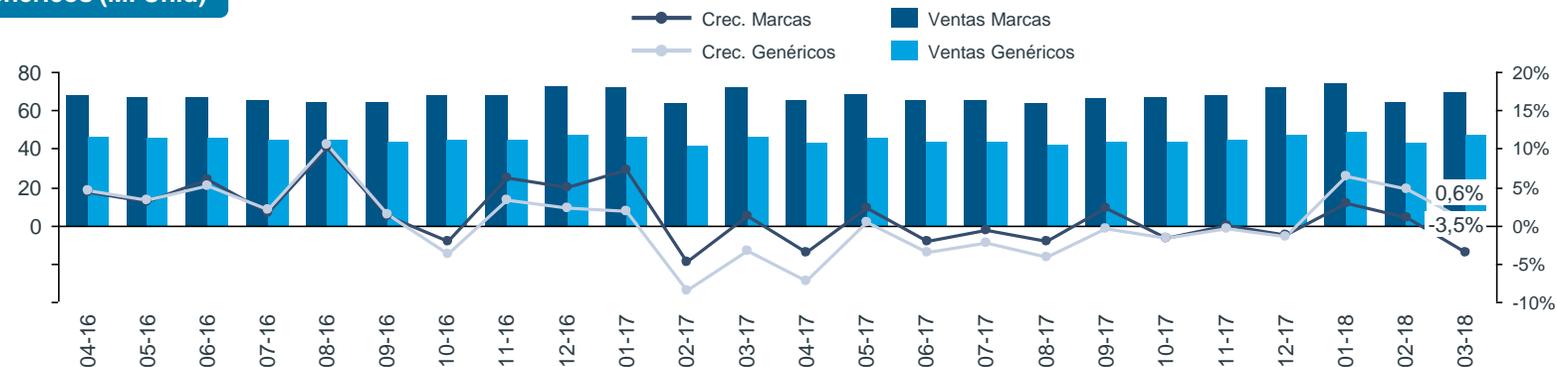
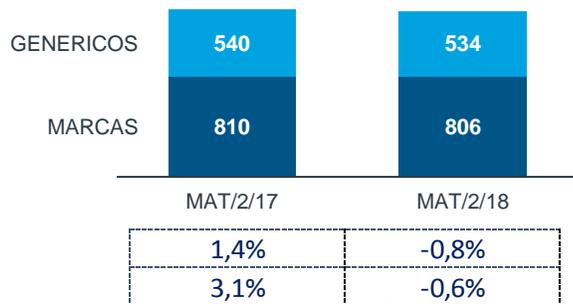


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

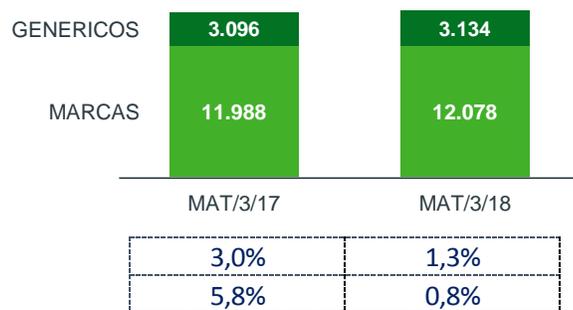
Sin embargo, los tres primeros meses del año los genéricos muestran mejor evolución que las marcas en euros y unidades

En marzo las marcas decrecen un -1,4% en valores mientras los genéricos crecen un 1,8%

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

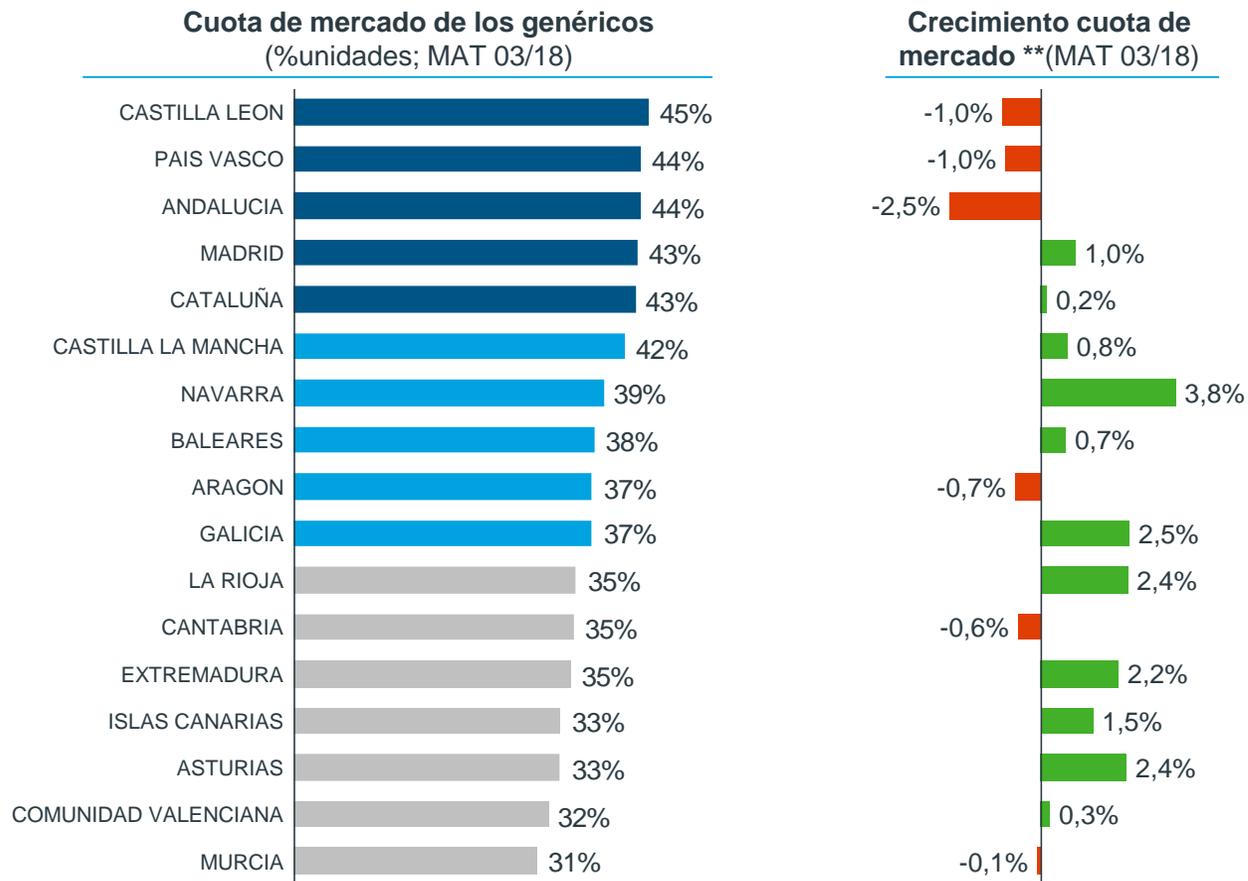
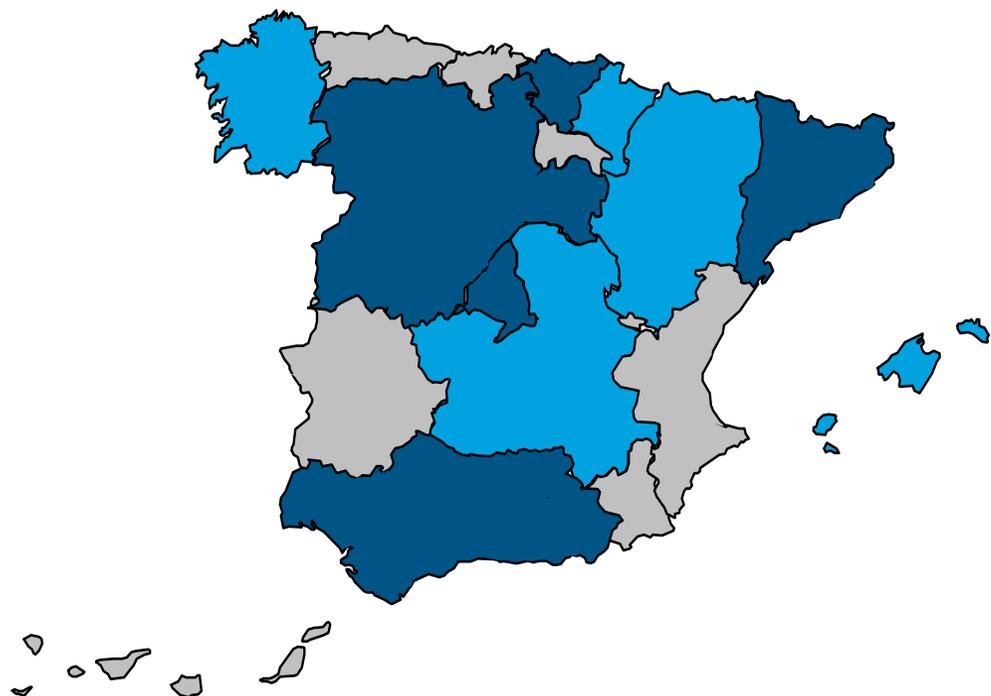


Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. € PVP)



En el último año, Castilla y León es la CCAA con mayor penetración de genéricos seguida de País Vasco y Andalucía

No obstante, estas regiones con mayor penetración son también las que mayor decrecimiento de la cuota de mercado vs el año anterior experimentan



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

*Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

**Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

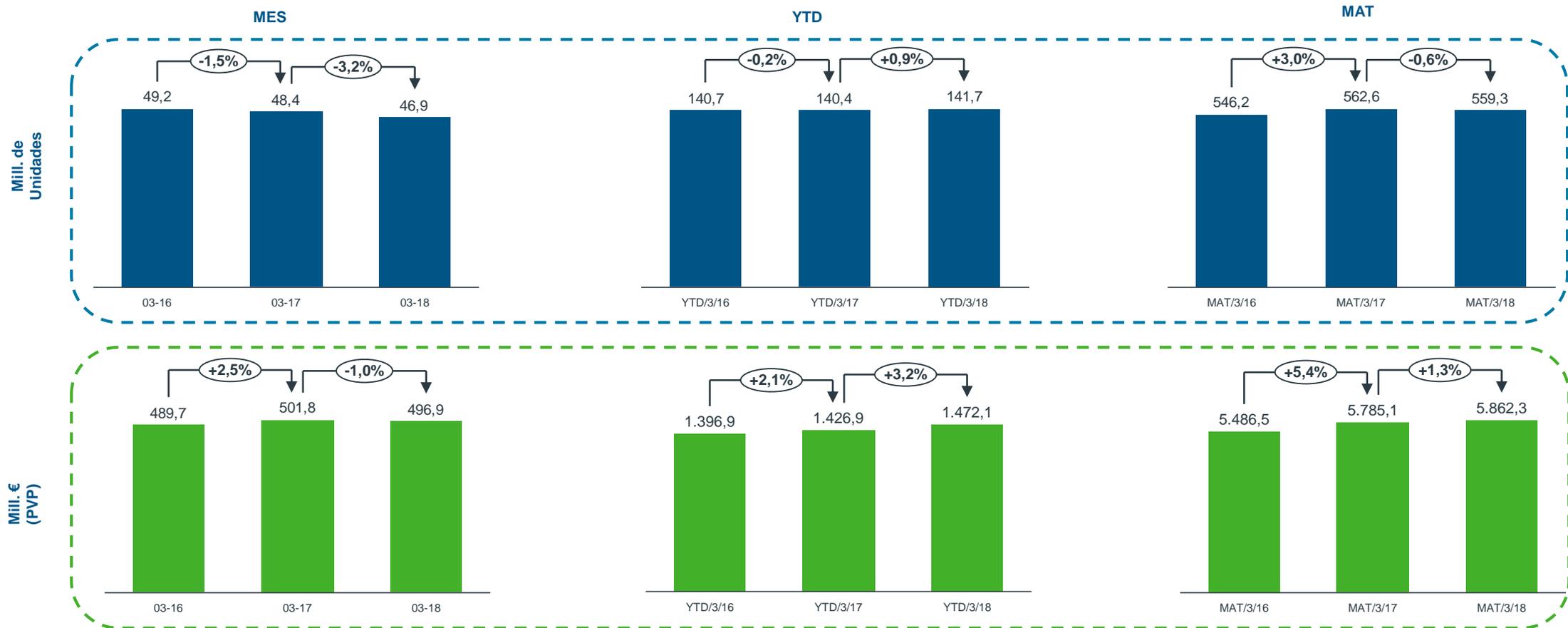
Índice

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

Consumer Health presenta decrecimiento en unidades y valores en el mes de marzo respecto al mismo mes del año anterior

En el acumulado de los últimos 12 meses muestra igualmente evolución negativa en unidades pero positiva en euros

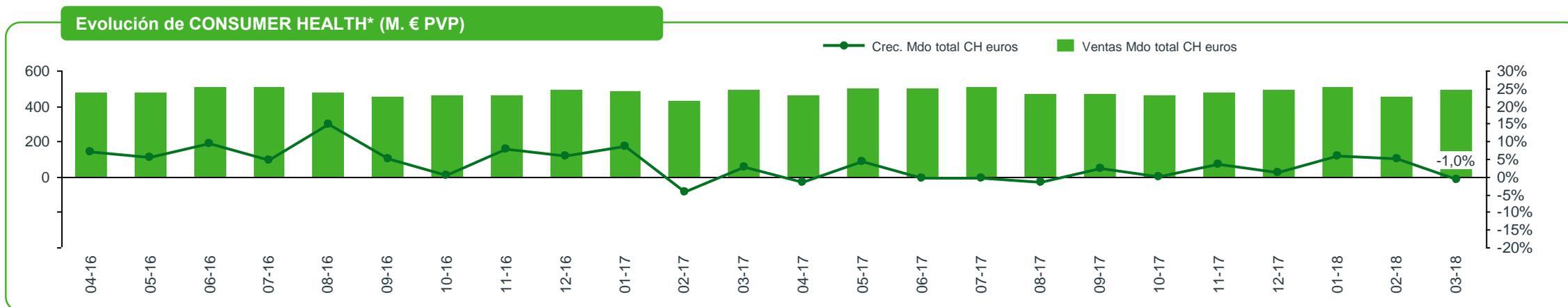
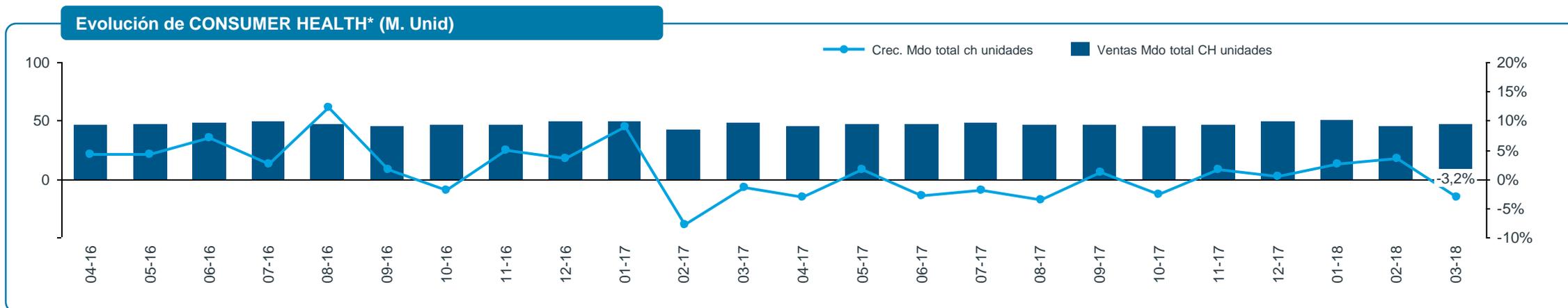
Mercado de Consumer Health



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

Marzo, se desmarca de los 2 últimos meses con crecimientos negativos en valores (-1,0%) y en unidades (-3,2%)

Ambas métricas se mantenían positivas de noviembre del año anterior

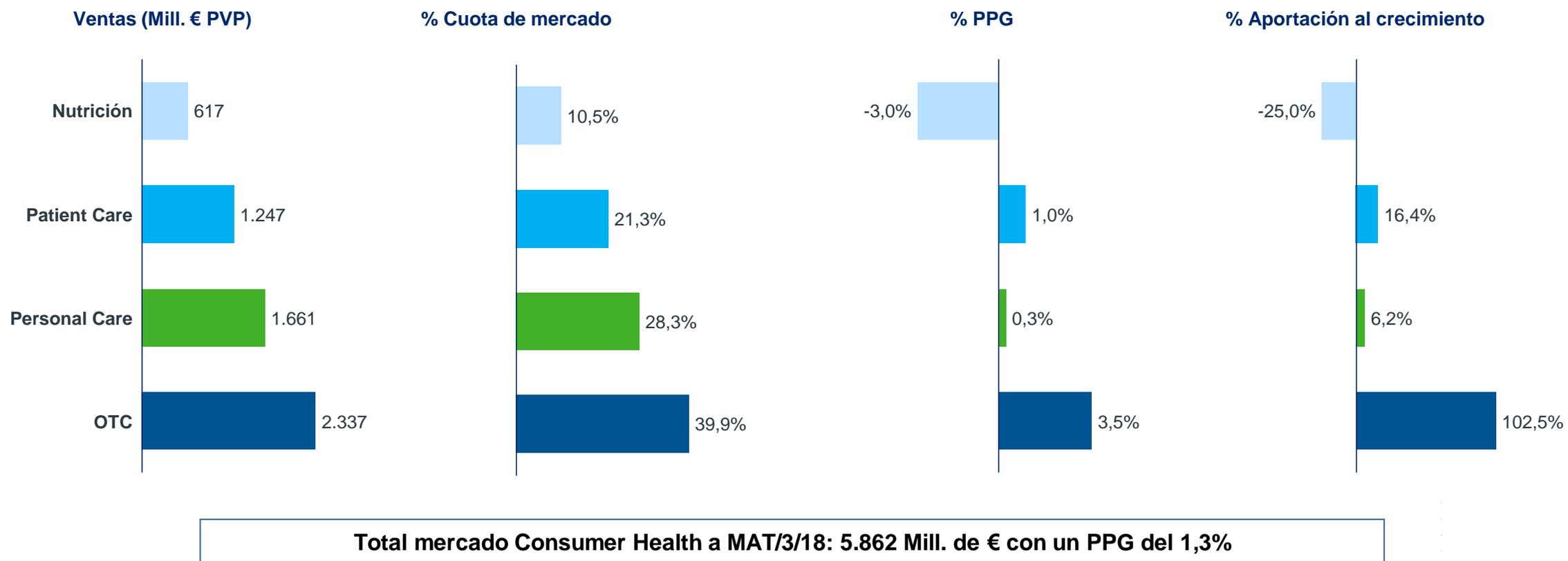


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

El segmento de OTC no sólo es de mayor peso sino también el que más aporta al crecimiento Consumer Health (102,5%)

PAC se sitúa segundo en contribución al crecimiento mientras que Nutrición sigue con tendencias negativas

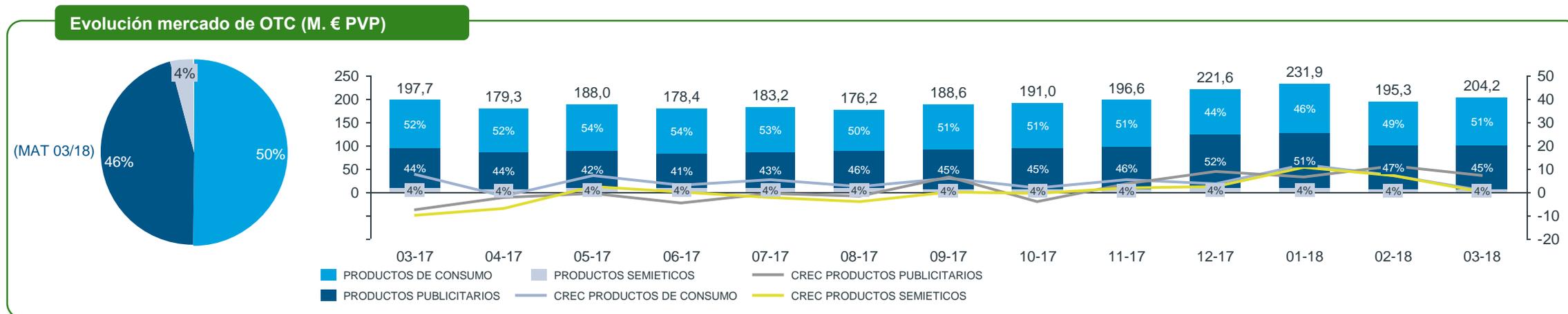
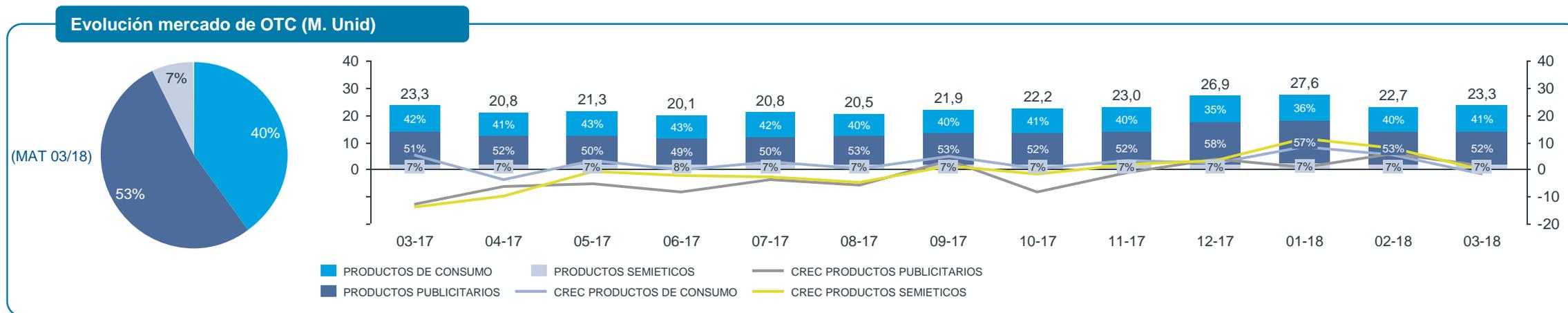
Mercado de Consumer Health (Mill.€ PVP, 2018)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de OTC
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

En marzo, igual que en febrero, los productos publicitarios presentan el mayor crecimiento (+7%) en el segmento OTC

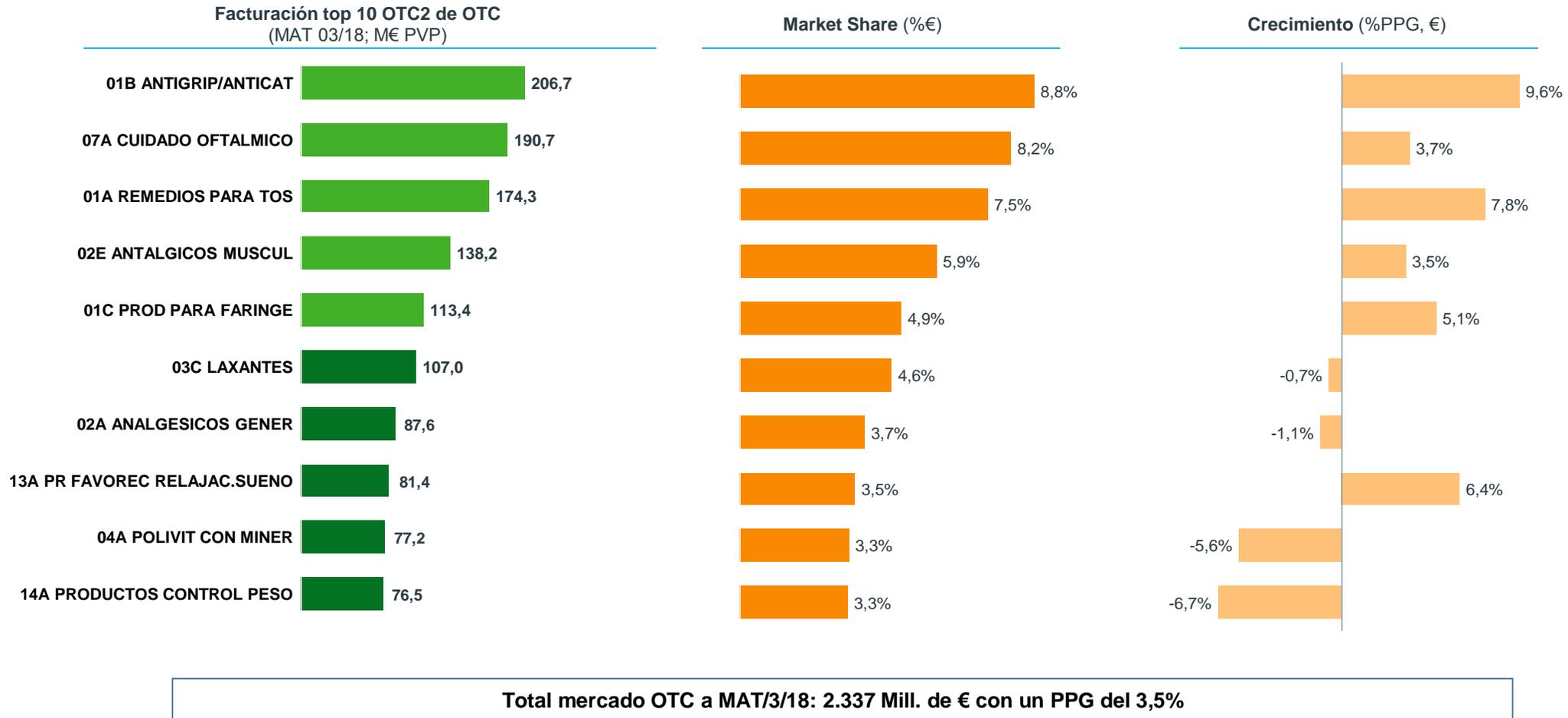
Este crecimiento se explica sobretudo por las ventas de los productos antigripales



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semioticos y EFP's dentro del mercado de OTC
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

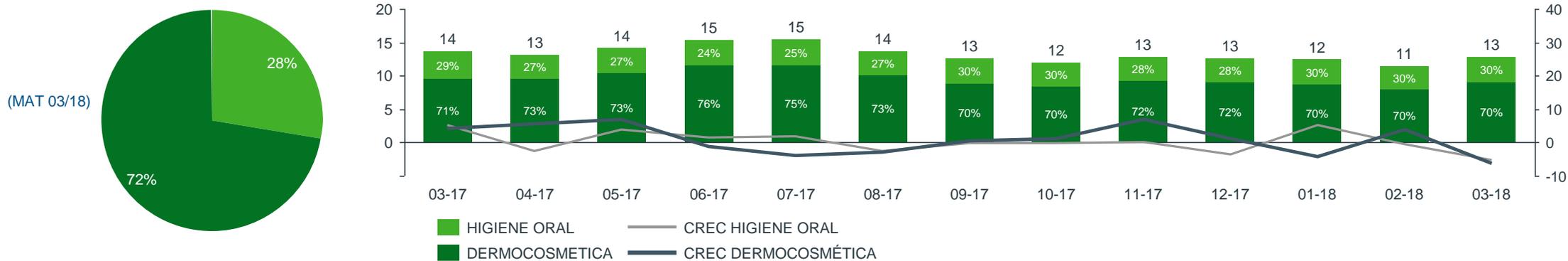
Dos de las clases más importantes de OTC, presentan caídas importantes

La caída en el Mercado de Polivitaminas es generalizada para todos las marcas principales, pero la caída del Mercado de Control de Peso, viene generada por SuperPremium, Alli y Manasul



Dermocosmética, que supone un 81% del mercado PEC en euros, decrece en marzo en valores (-5,3%) y en unidades (-6,1%)

Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. Unid)

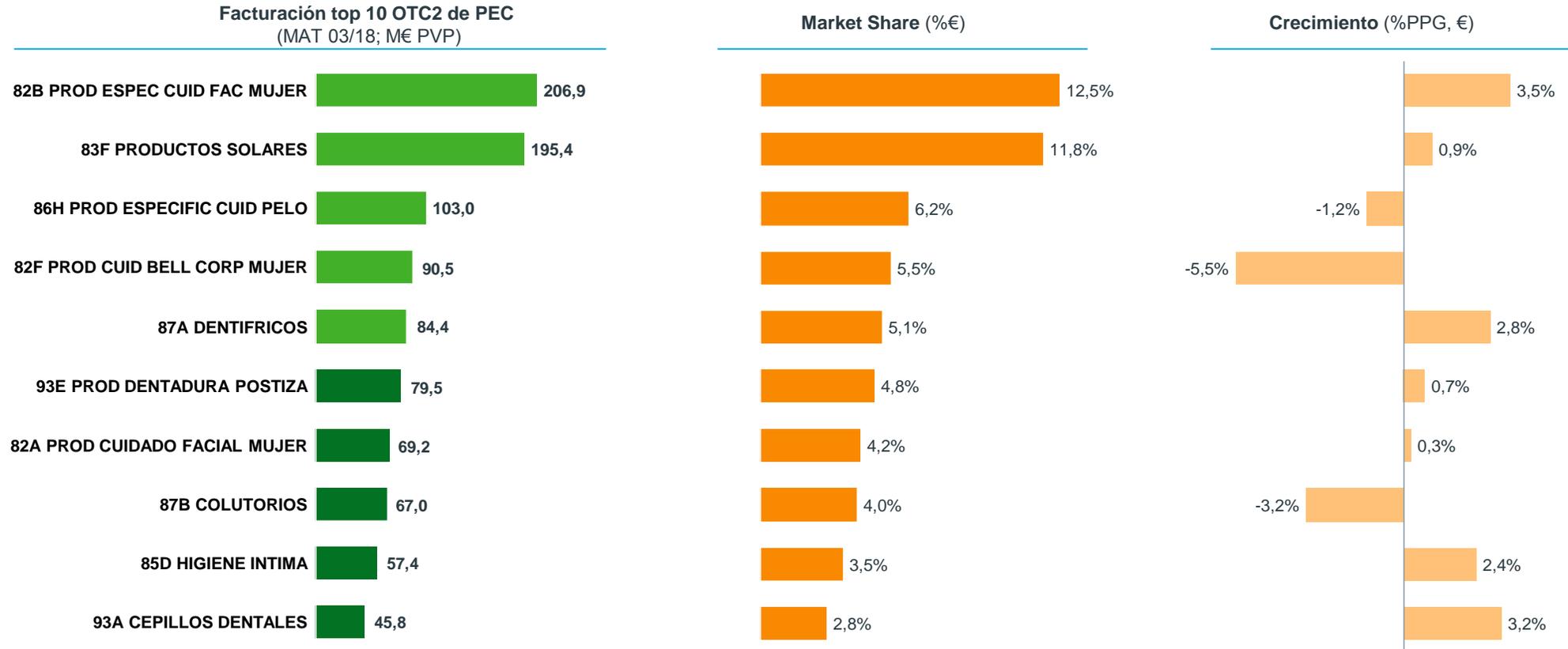


Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. € PVP)



Las 2 clases del segmento PEC que más aportan al crecimiento son Productos Faciales (7,0M €) y Cuidado Labial (3,8M €)

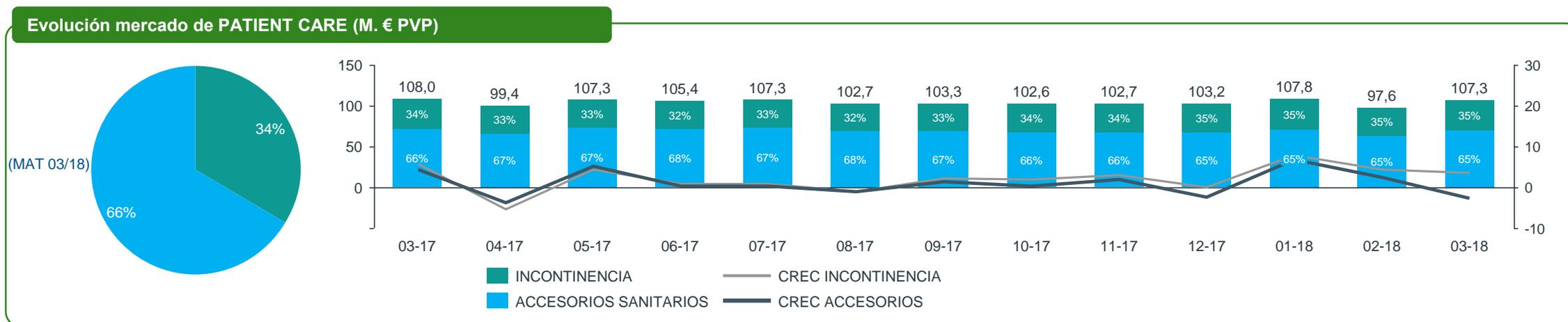
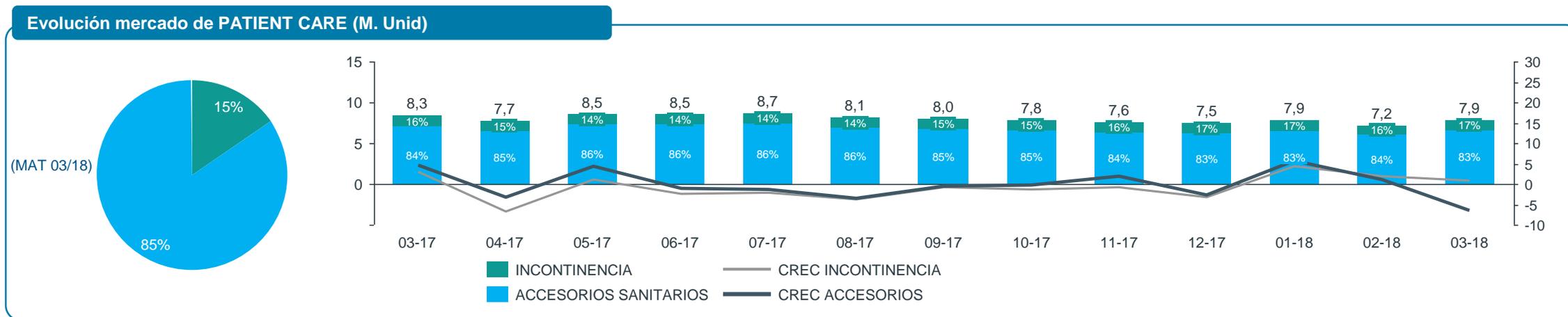
Martiderm es la marca que más aporta al crecimiento en la clase Cuidado facial Mujer y Letibalm en el mercado de Cuidado labial



Total mercado PEC a MAT/3/18: 1.661 Mill. de € con un PPG del 0,3%

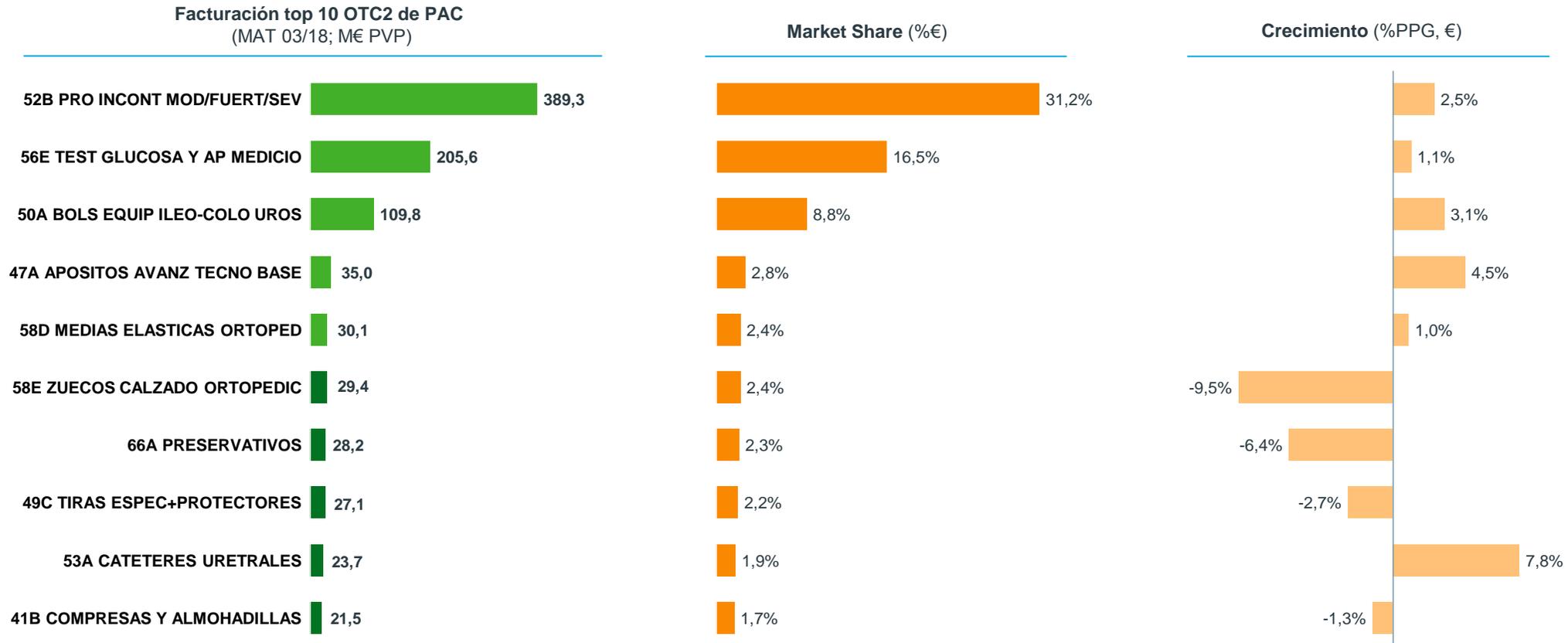
Accesorios sanitarios, el grupo de productos con más ventas en PAC (66% en valores), presenta decrecimientos en el mes de marzo

Por su lado Incontinencia, que presenta dinámicas diferentes por ser la mayoría de sus productos reembolsados, crece en Marzo 2018 si lo comparamos con el mismo mes del año anterior



Incontinencia es la clase terapéutica con mayor cuota de mercado dentro de PAC (31,2%)

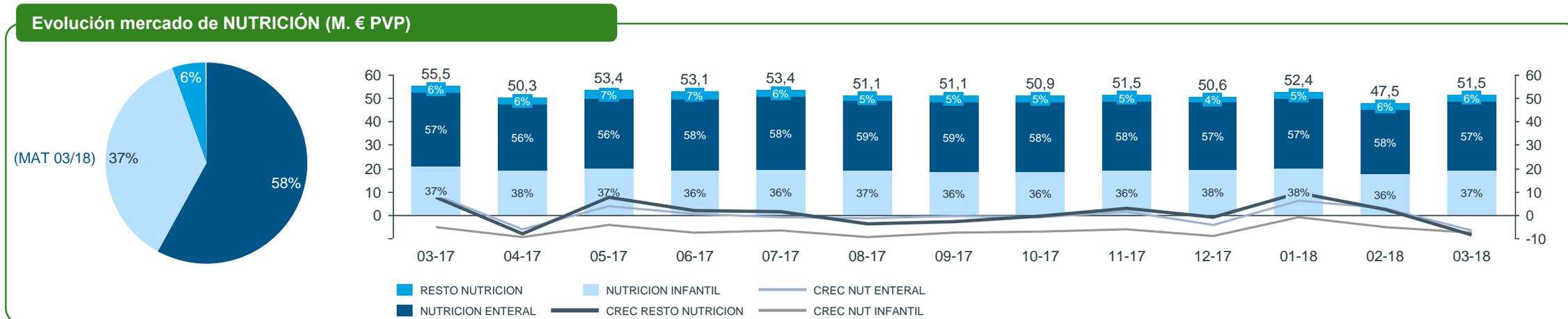
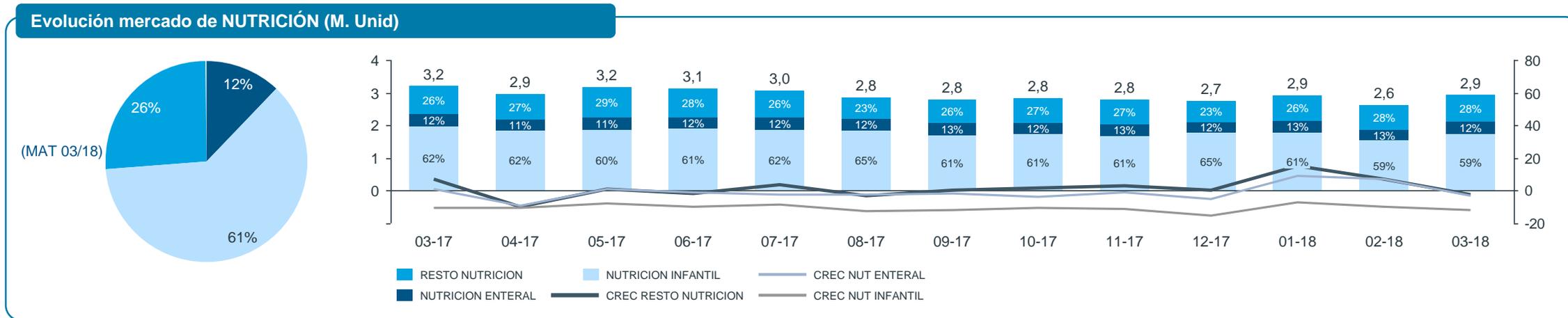
Incontinencia también es la clase que más aporta al crecimiento dentro del mercado PAC con 9,4M €



Total mercado PAC a MAT/3/18: 1.247 Mill. de € con un PPG del 1,0%

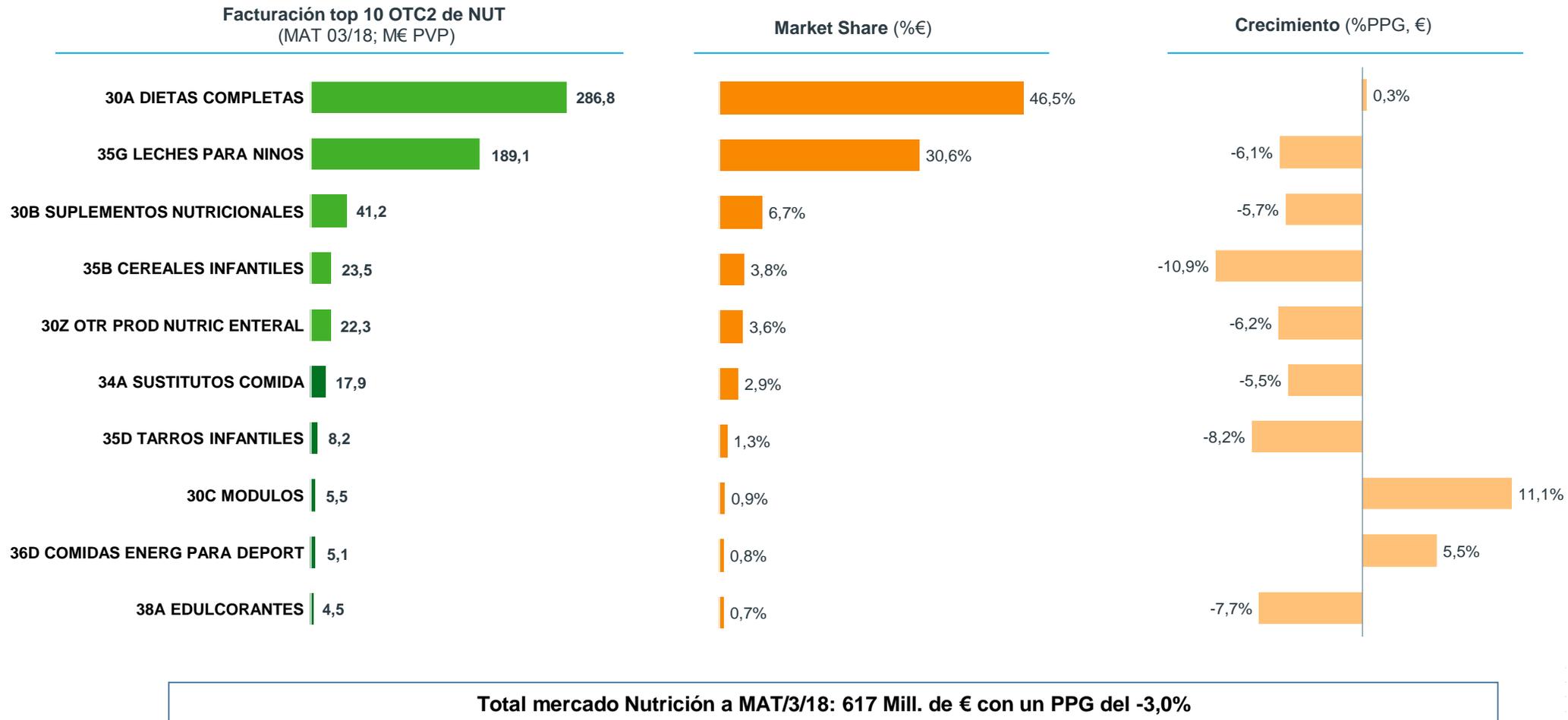
Nutrición enteral concentra un 58% del mercado NUT en valores y un 12% en unidades y presenta decrecimiento en ambas métricas en Marzo 2018

Este grupo de productos, igual que los del mercado PAC, son financiados en su gran mayoría lo que condiciona la dinámica de este mercado



El Mercado de Nutrición pierde 20,7M € en el último TAM, siendo Leches para niños la clase que más aporta a esta pérdida

Leches Infantiles pierde 13M€, Cereales Infantiles pierde 3,1M€ y Suplementos nutricionales 2,7M€.



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de marzo 2018

Abril 2018