

IMS Health & Quintiles are now



Evolución del mercado de la farmacia española

Actualización datos de octubre 2018

Noviembre 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
- + Análisis del mercado de las vitaminas
- + Análisis del crecimiento del mercado en octubre 2018

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

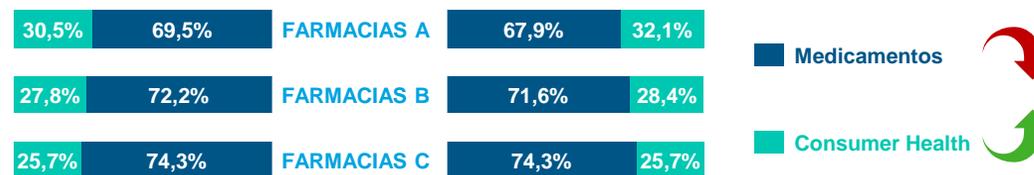
Promedio facturación por farmacia del mercado farmacéutico (Comparativa 2014/2017, € PVP)



895.962 €
(+4,8%)

		Facturación promedio € PVP	% PPG	% FARMACIAS
FARMACIAS A	+1,2 Mill. €	1.765.993	11,2%	20%
FARMACIAS B	+640 Mil €	930.739	4,7%	40%
FARMACIAS C	-640 Mil €	440.464	0,2%	40%

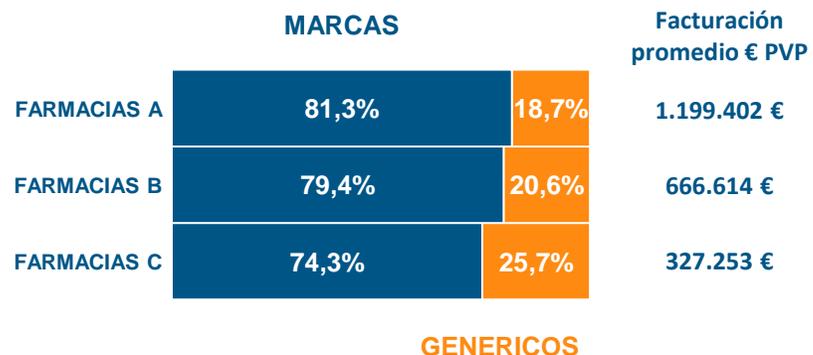
Evolución del % de ventas entre el mercado de Medicamentos y el mercado de Consumer Health (Comparativa 2014/2017, € PVP)



Mercado de medicamentos

Facturación promedio por farmacia

633.386 €



Facturación promedio por farmacia

262.576 €

Mercado de Consumer Health

Facturación promedio € PVP

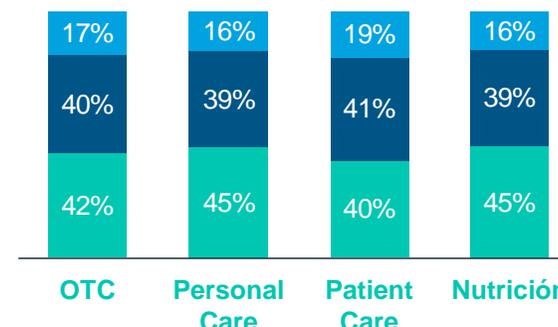
A: 566.592 €

B: 264.125 €

C: 113.211 €

% Distribución de las ventas por tipología de farmacia

Legend: FARMACIAS C (Light Blue), FARMACIAS B (Dark Blue), FARMACIAS A (Green)



Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

*% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2017

España cuenta con más de 22.000 farmacias

... las cuales facturan de promedio 896K€ con un PVP medio de 11,42€

Universo

22.072 farmacias (+0,3%)



Promedio facturación por farmacia

895.962,34 € (+0,4%)



Habitantes por farmacia



2.110 (-0,3%)

PVP Medio

11,42€ (+1,6%)

Medicamentos: 11,31€ (+1,8%)
Consumer Health: 11,81€ (+1%)



Consumo Unidades

37,17 uds/habitante (-0,9%)

Medicamentos: 28,67 uds/habitante (-1,3%)
Consumer Health: 8,50 uds/habitante (+0,2%)



Consumo en valor

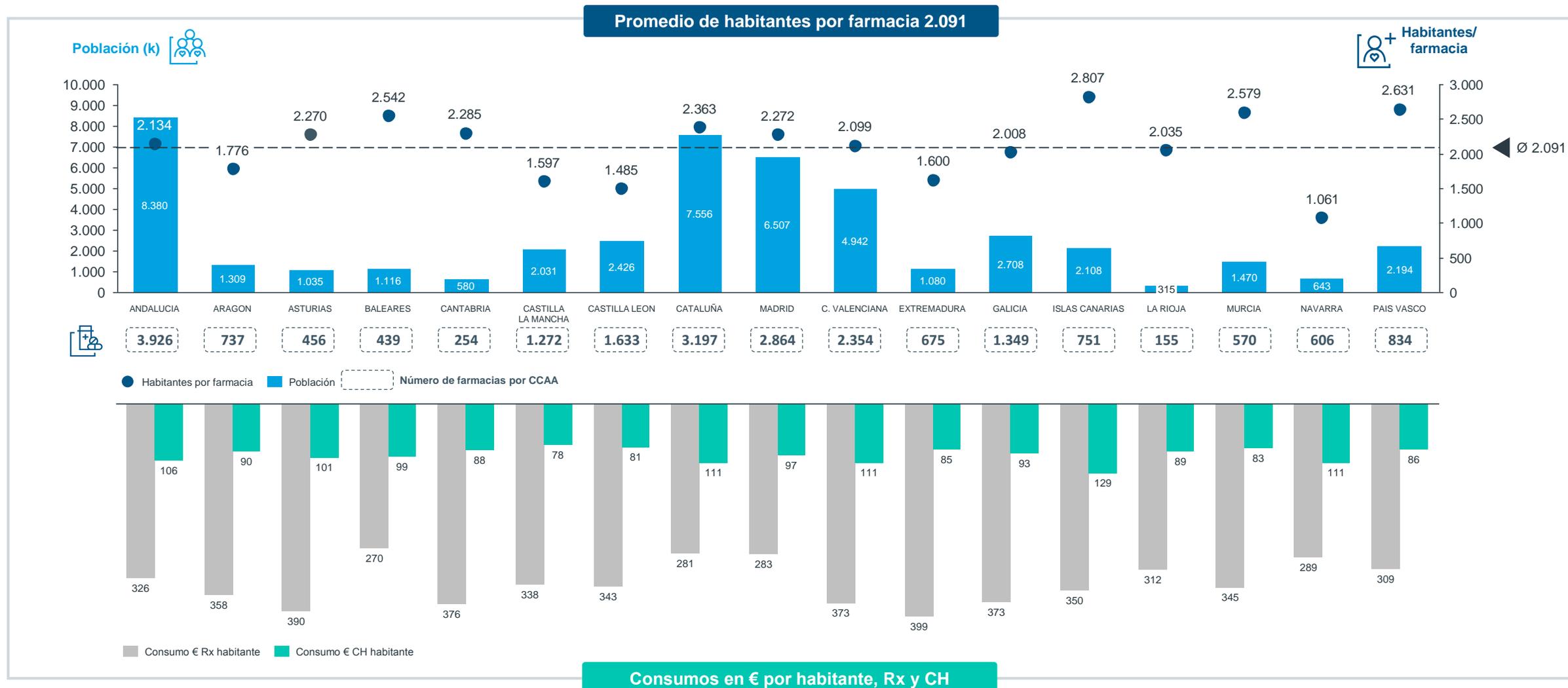
424,62 €/habitante (+0,6%)

Medicamentos: 324,19 €/habitante (+0,5%)
Consumer Health: 100,44 €/habitante (+1,2%)



Crecimientos a cierre 2017 vs 2016

Navarra es la CCAA con menos habitantes por farmacia (1.061) mientras que Canarias agrupa el mayor numero de habitantes por farmacia (2.807)

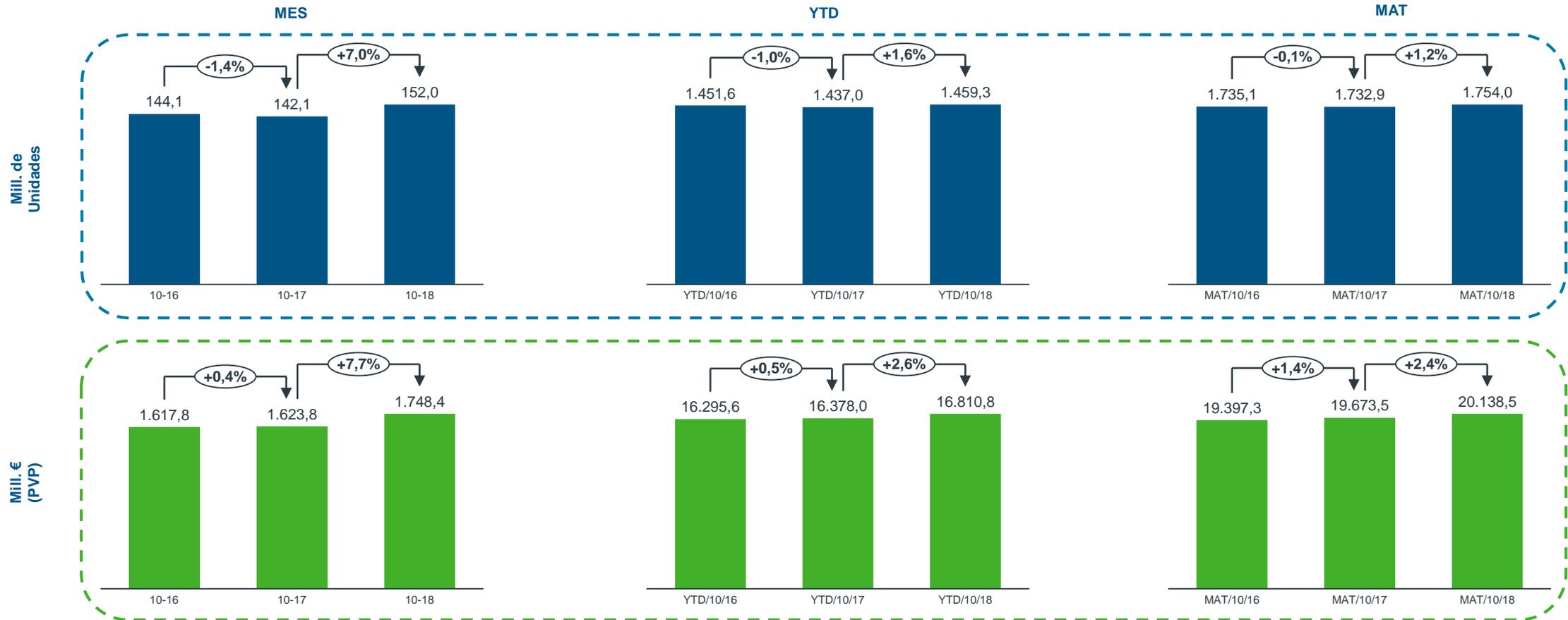


Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + **Evolución del mercado farmacéutico**
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Análisis del mercado de vitaminas y estimulantes
- + Análisis del crecimiento del mercado en octubre 2018

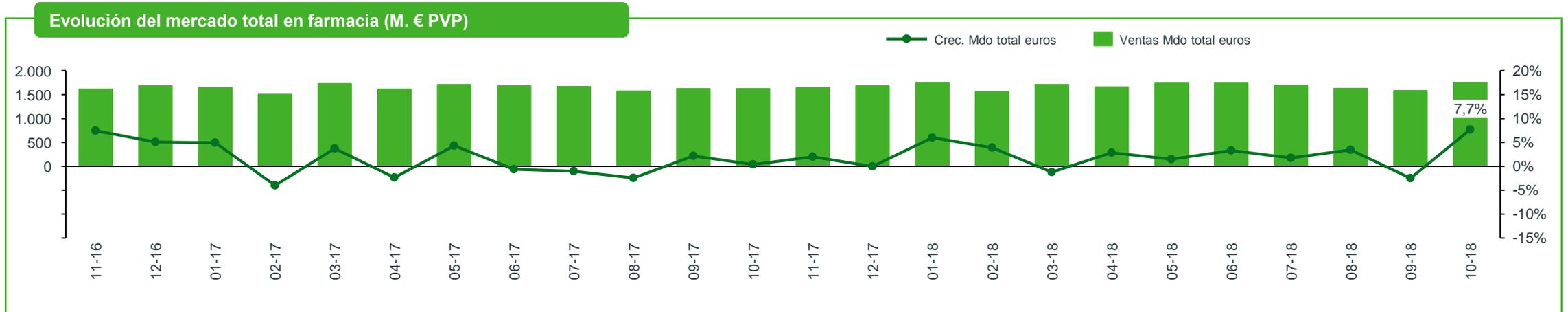
El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +2,4% en valores y del +1,2% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

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 5.800 farmacias

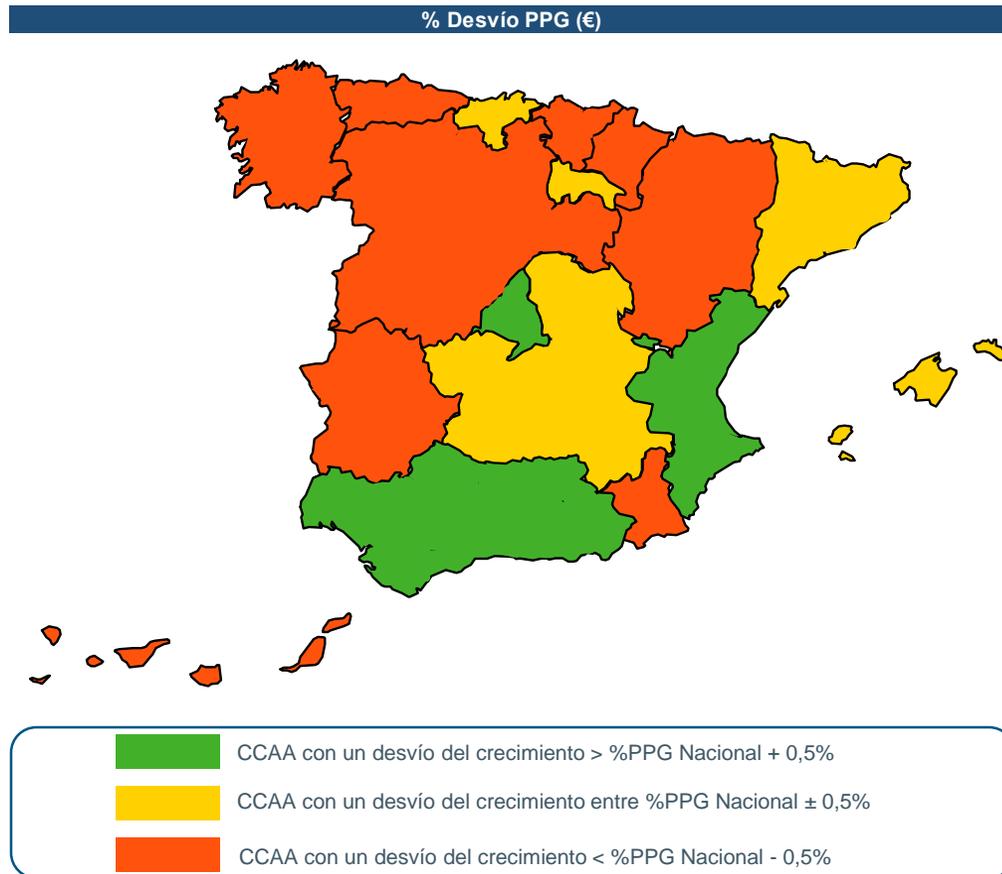
Rompiendo con la tendencia del mes anterior, en octubre se recupera el mercado y observamos crecimientos en valores (+7,7%) y en volumen (+7%)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

4 de las 17 Comunidades Autónomas tienen un crecimiento superior al crecimiento nacional

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



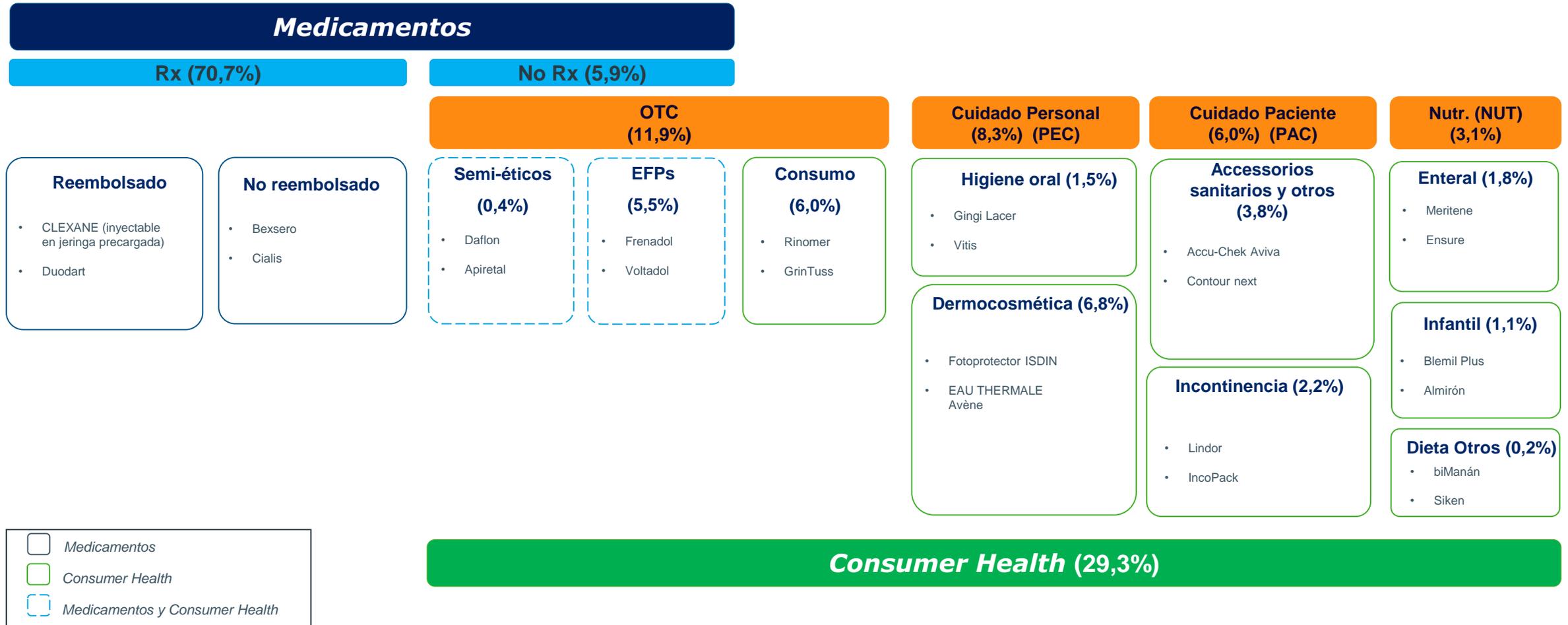
MAT/10/2018	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% €)
ANDALUCIA	4,1%	31,5%
MADRID	3,2%	16,8%
COMUNIDAD VALENCIANA	3,0%	15,1%
CANTABRIA	2,8%	1,6%
CATALUÑA	2,3%	14,8%
CASTILLA LA MANCHA	2,2%	4,0%
LA RIOJA	2,0%	0,5%
BALEARES	1,9%	1,7%
CASTILLA LEON	1,9%	4,1%
EXTREMADURA	1,6%	1,8%
MURCIA	1,2%	1,6%
ARAGON	1,0%	1,3%
ISLAS CANARIAS	1,0%	2,2%
GALICIA	0,8%	2,3%
PAIS VASCO	0,4%	0,8%
ASTURIAS	0,3%	0,3%
NAVARRA	-1,0%	-0,5%
TOTAL NACIONAL	2,4%	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
- + Análisis del mercado de vitaminas y estimulantes
- + Análisis del crecimiento del mercado en octubre 2018

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 10/2018 sobre el mercado farmacéutico total
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 09/2018
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

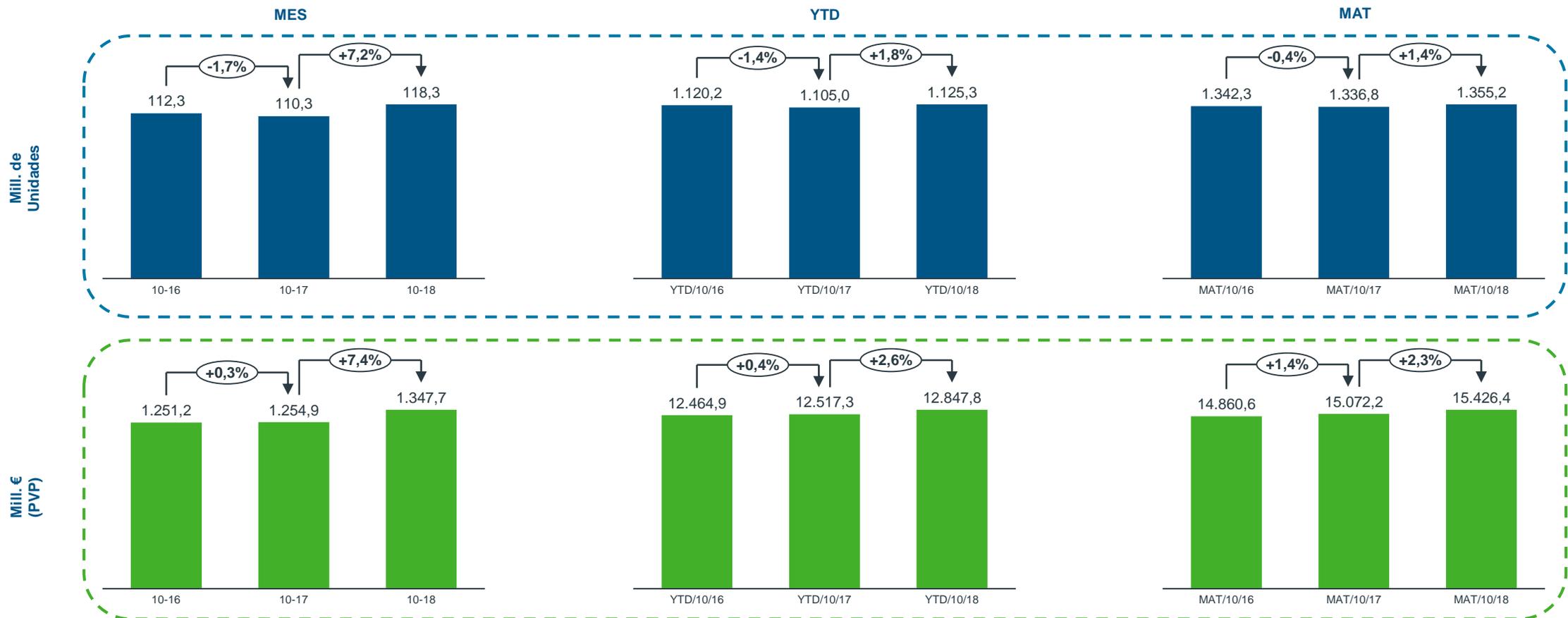
Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
 - + **Análisis del mercado de Medicamentos**
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Análisis del mercado de vitaminas y estimulantes
- + Análisis del crecimiento del mercado en octubre 2018

El mercado de medicamentos muestra crecimientos positivos en periodos acumulados, tanto en valores como en unidades

El acumulado de todos los meses de este 2018 presenta mejores crecimientos que el año pasado, especialmente en volumen donde se revierte la tendencia negativa

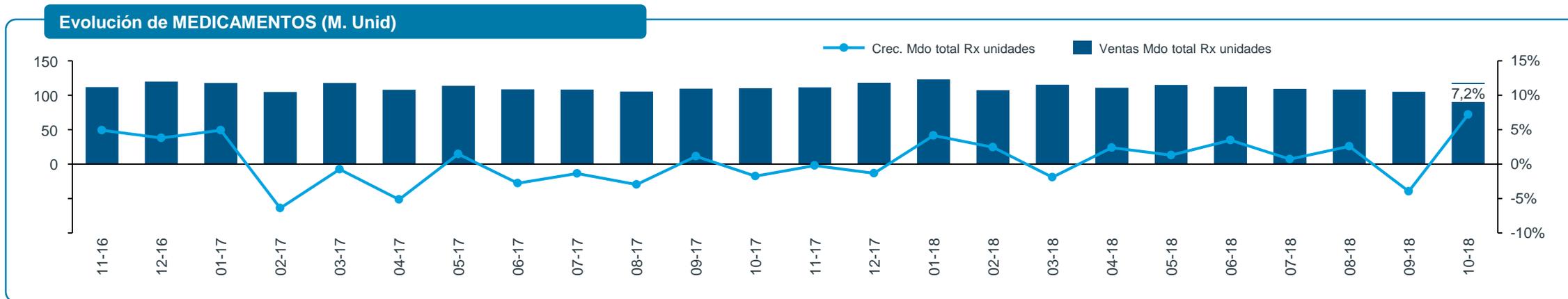
Mercado de Medicamentos



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

En el mes de octubre el mercado crece tanto en valores (+7,4%) como en unidades (+7,2%) vs el mismo periodo del año anterior

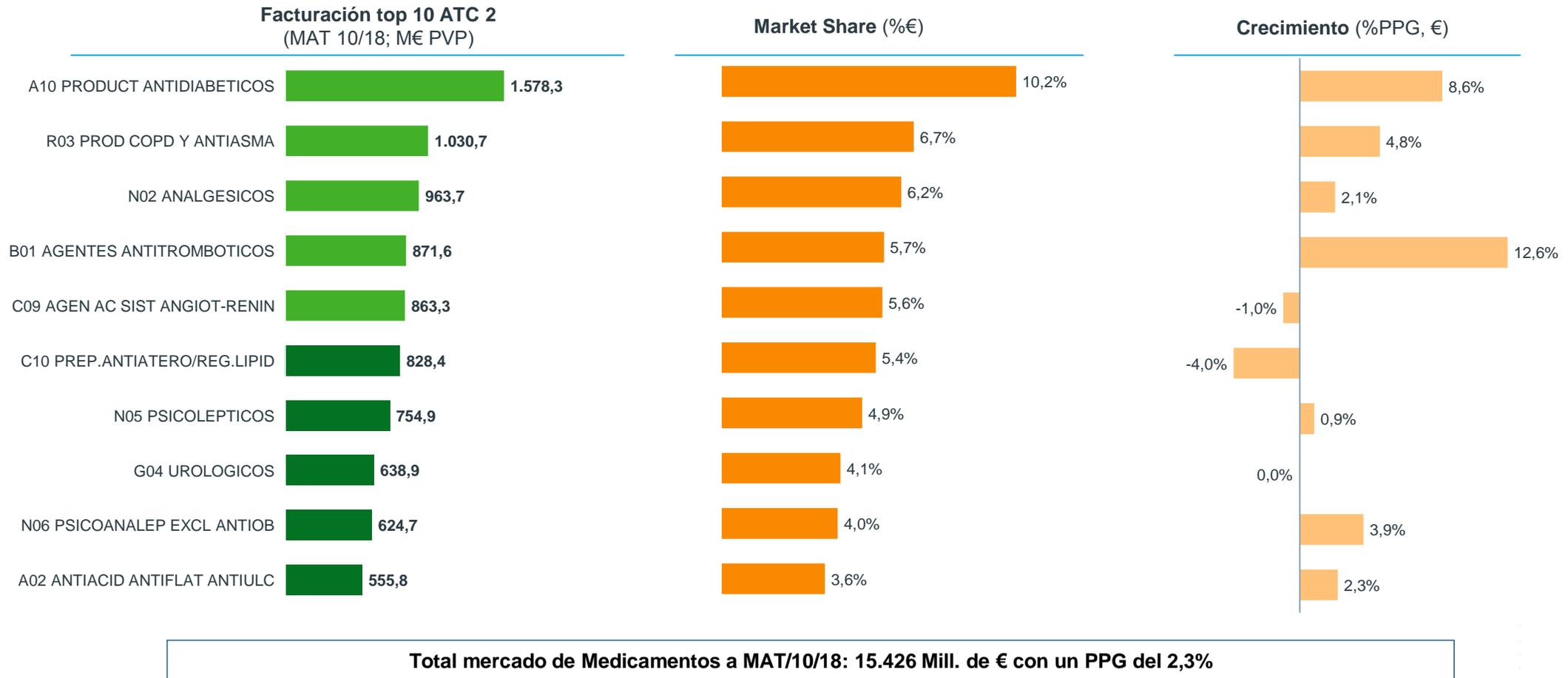
El mercado muestra una evolución positiva este mes, siguiendo la tendencia de la primera mitad del año



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

Los NACOs y los antidiabéticos siguen siendo las clases que más contribuyen al crecimiento positivo del mercado de prescripción

Aunque Clexane es el producto con mayor facturación de la clase de antitrombóticos, es el único del Top 5 que decrece. Eliquis y Xarelto muestran crecimientos positivos de doble dígito, 33,5% y 19,7% respectivamente

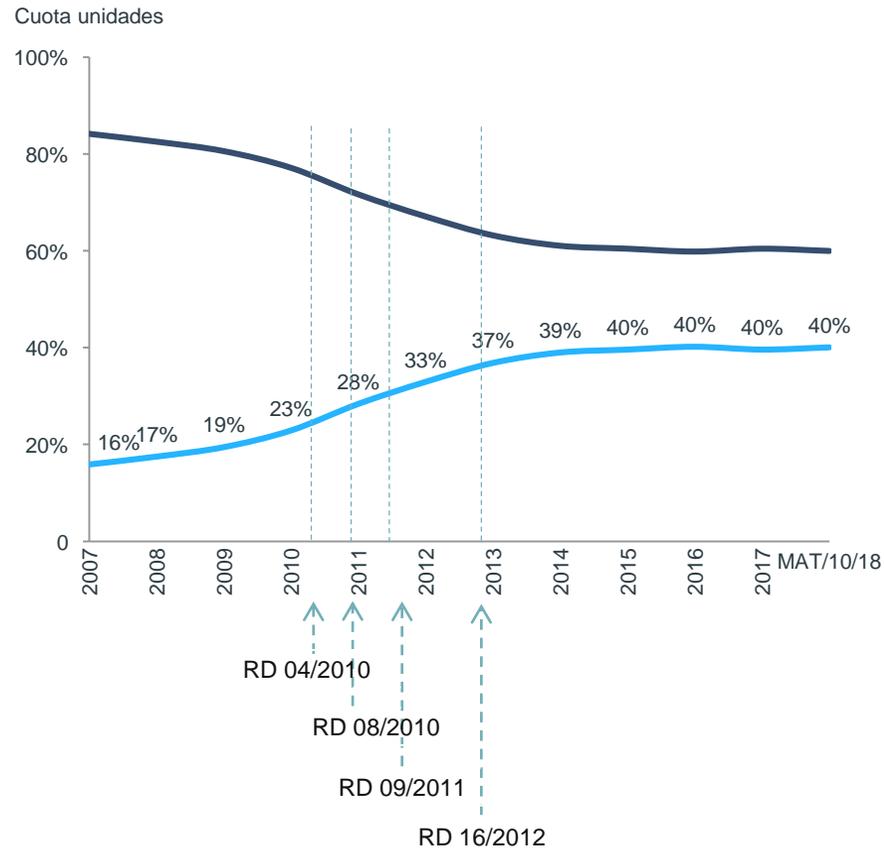


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

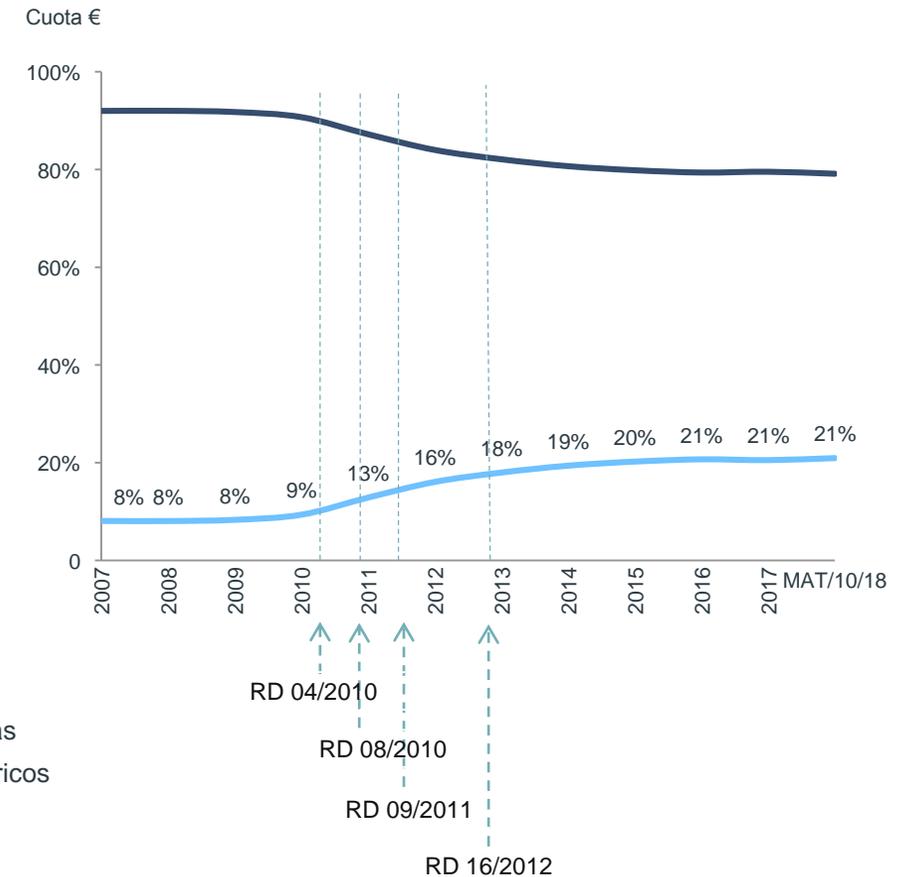
Tras unos años de crecimiento, desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades...

...este porcentaje baja hasta el 21% en valores

Evolución genéricos total mercado farmacéutico (unidades)



Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)

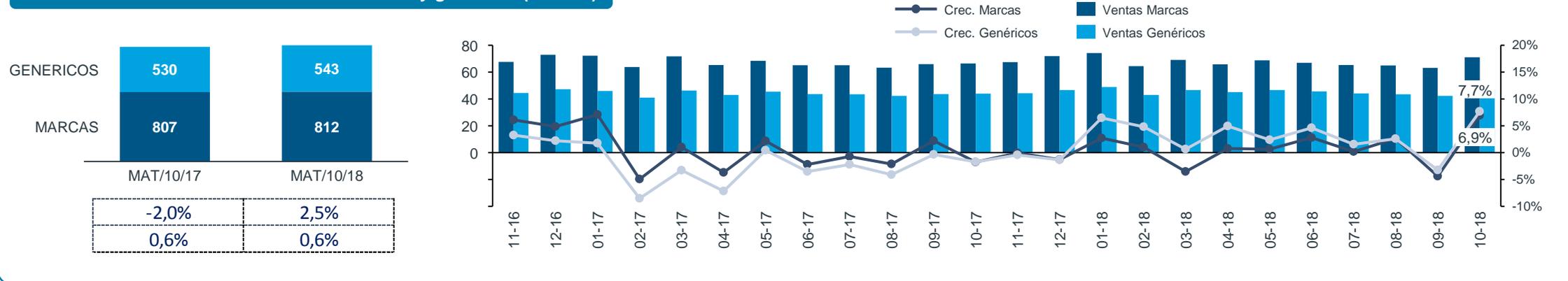


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

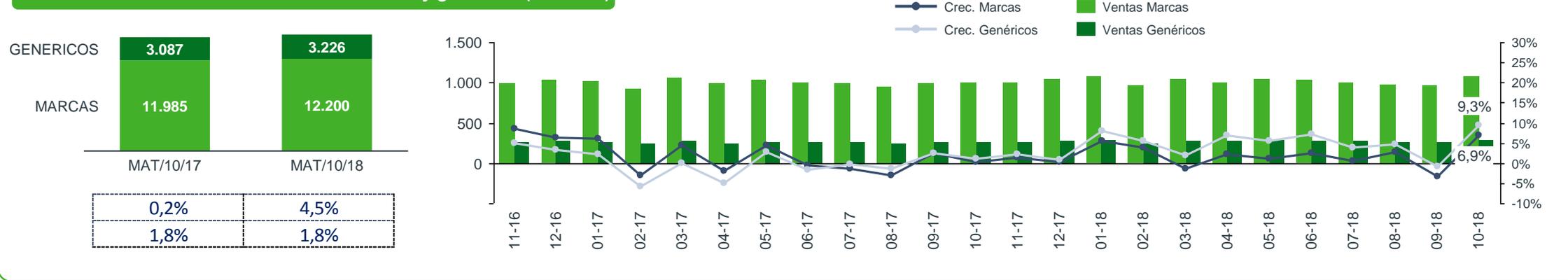
En el acumulado de los últimos 12 meses, los genéricos muestran crecimientos por encima de las marcas tanto en unidades como en valores

El periodo analizado muestra un cambio importante de tendencia respecto al 2017

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



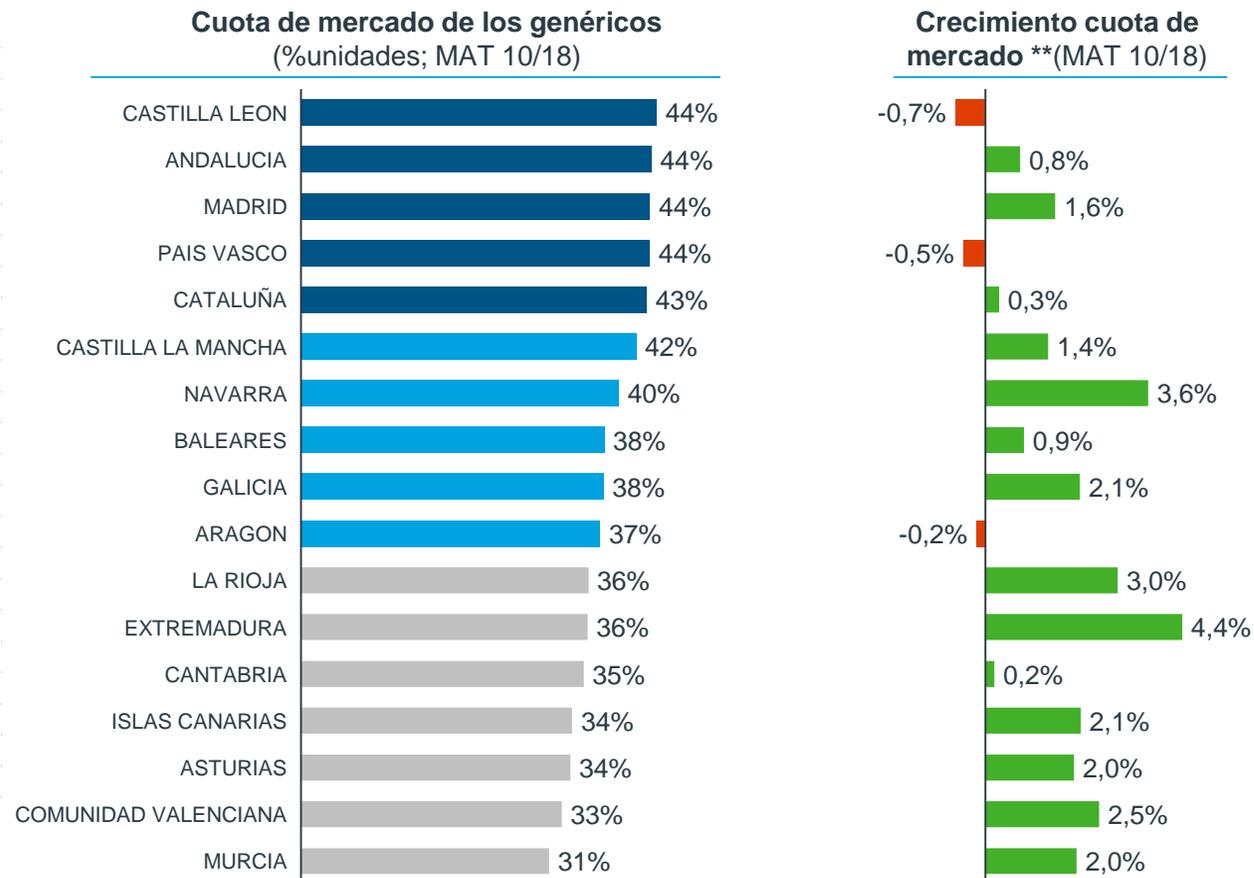
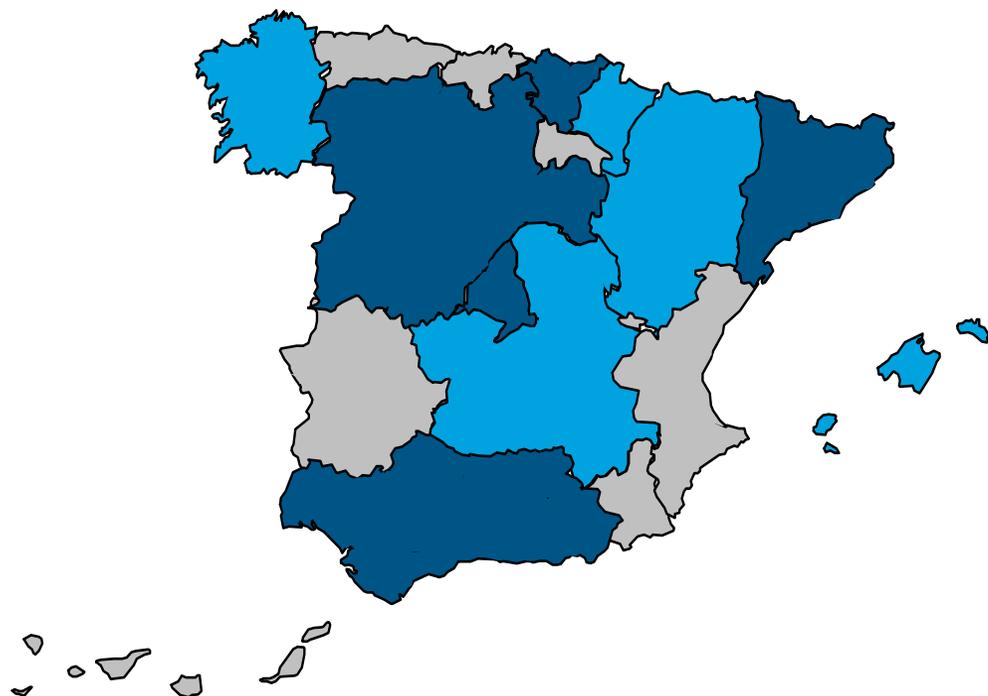
Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

En el último año, Castilla y León junto con Andalucía, Madrid y País Vasco son las CCAA con mayor penetración de genéricos

No obstante, son Castilla y León, País Vasco y Aragón las regiones donde el genérico ha perdido mayor cuota de mercado vs el año anterior



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 5.800 farmacias

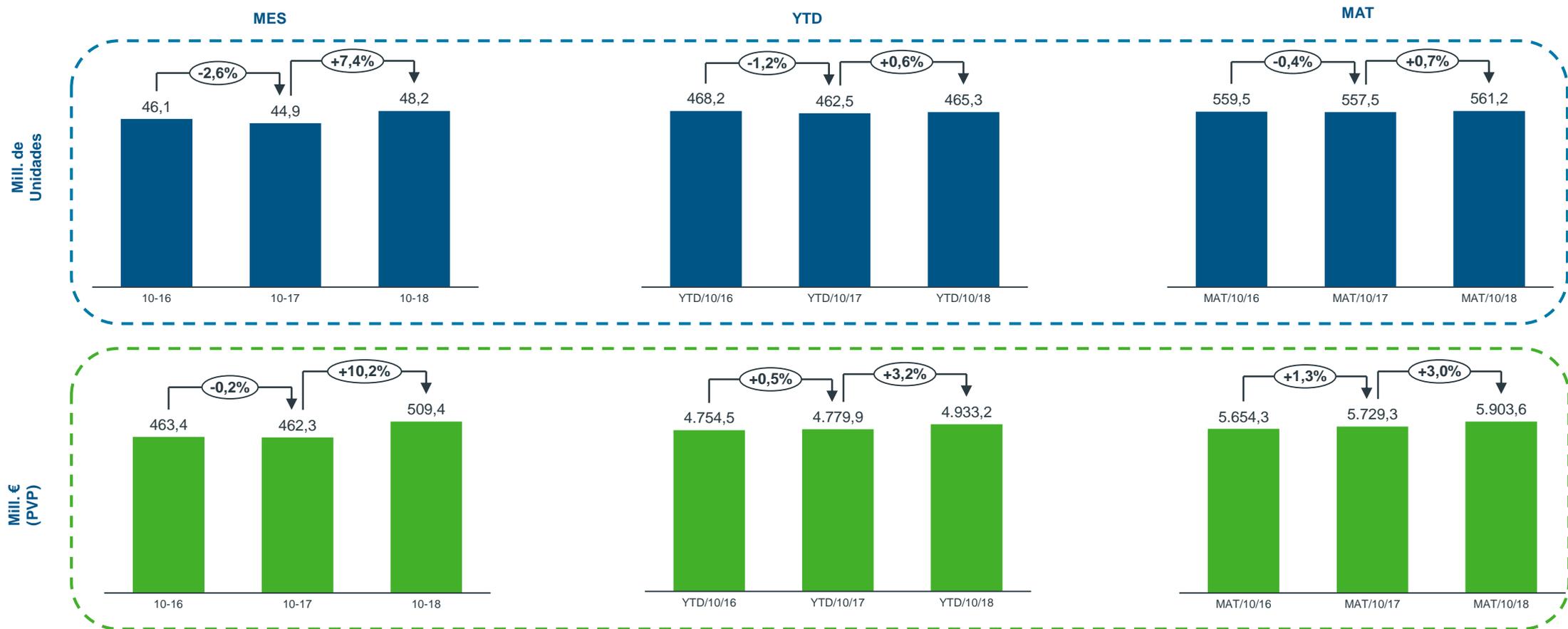
Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + **Análisis del mercado Consumer Health**
- + Análisis del mercado de vitaminas y estimulantes
- + Análisis del crecimiento del mercado en octubre 2018

En el acumulado del año, Consumer Health muestra tendencias positivas en volumen (+0,7%) y además, ha acelerado su crecimiento en valores (+3%)

Al contrario que el año pasado, el mes de octubre presenta crecimientos tanto en unidades como en valores

Mercado de Consumer Health



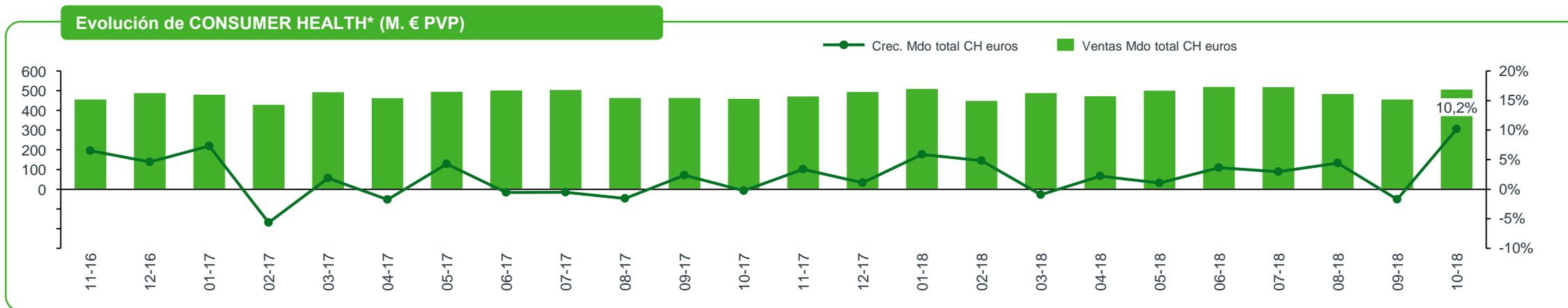
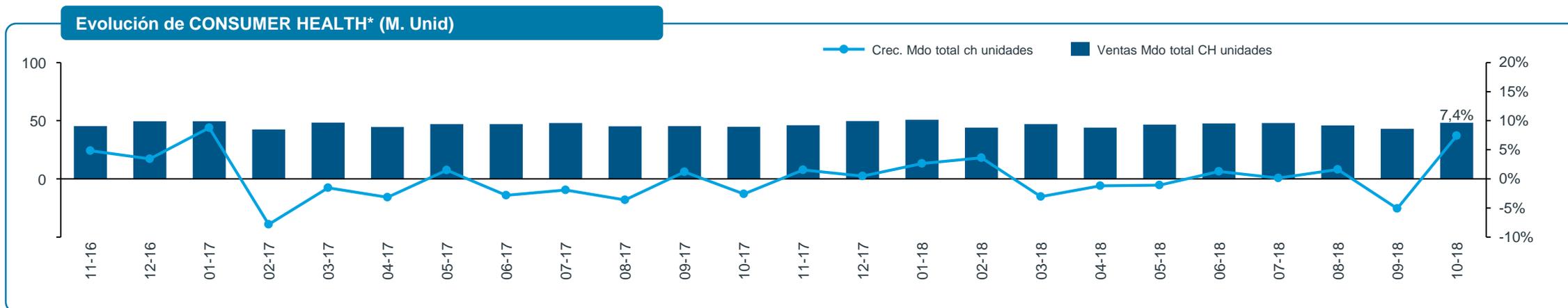
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semióticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de octubre un +10,2% en valores y un +7,4% en unidades

Todos los subsegmentos crecen en valores y el único que decrece en unidades es NUT (-6,7%)

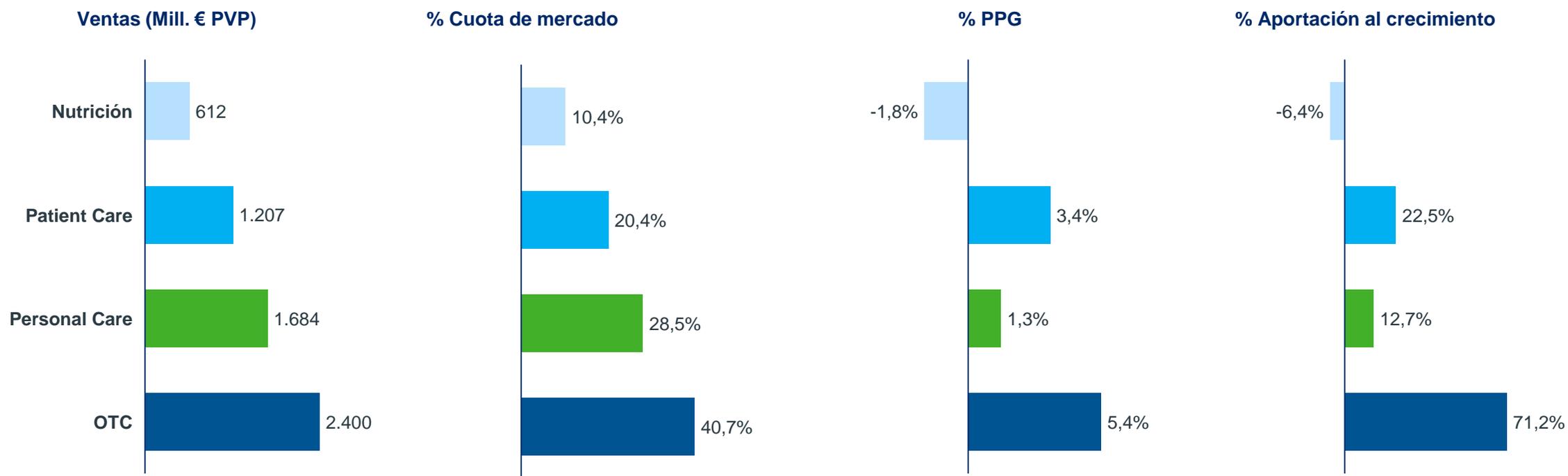


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

El 71,2% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de nutrición no revierte su tendencia y sigue con tendencias negativas como los meses pasados

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

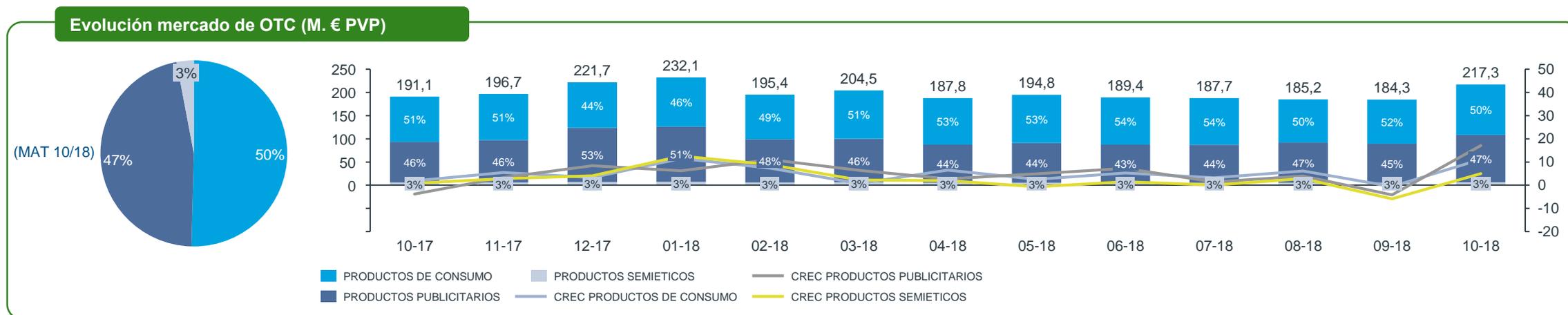
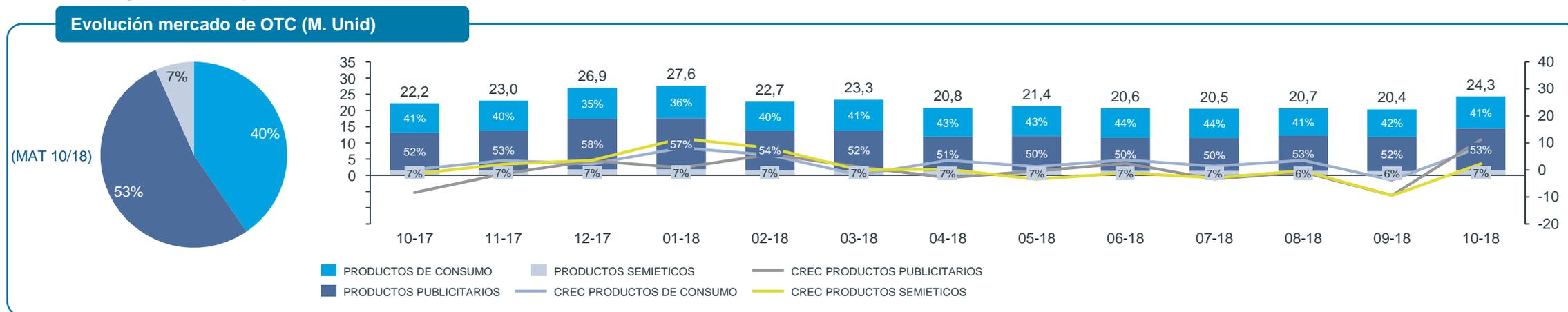


Total mercado Consumer Health a MAT/10/18: 5.904 Mill. de € con un PPG del 3,0%

Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de OTC
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

Los productos publicitarios son los que presentan un mayor crecimiento durante el mes de septiembre (+17,1% en valores)

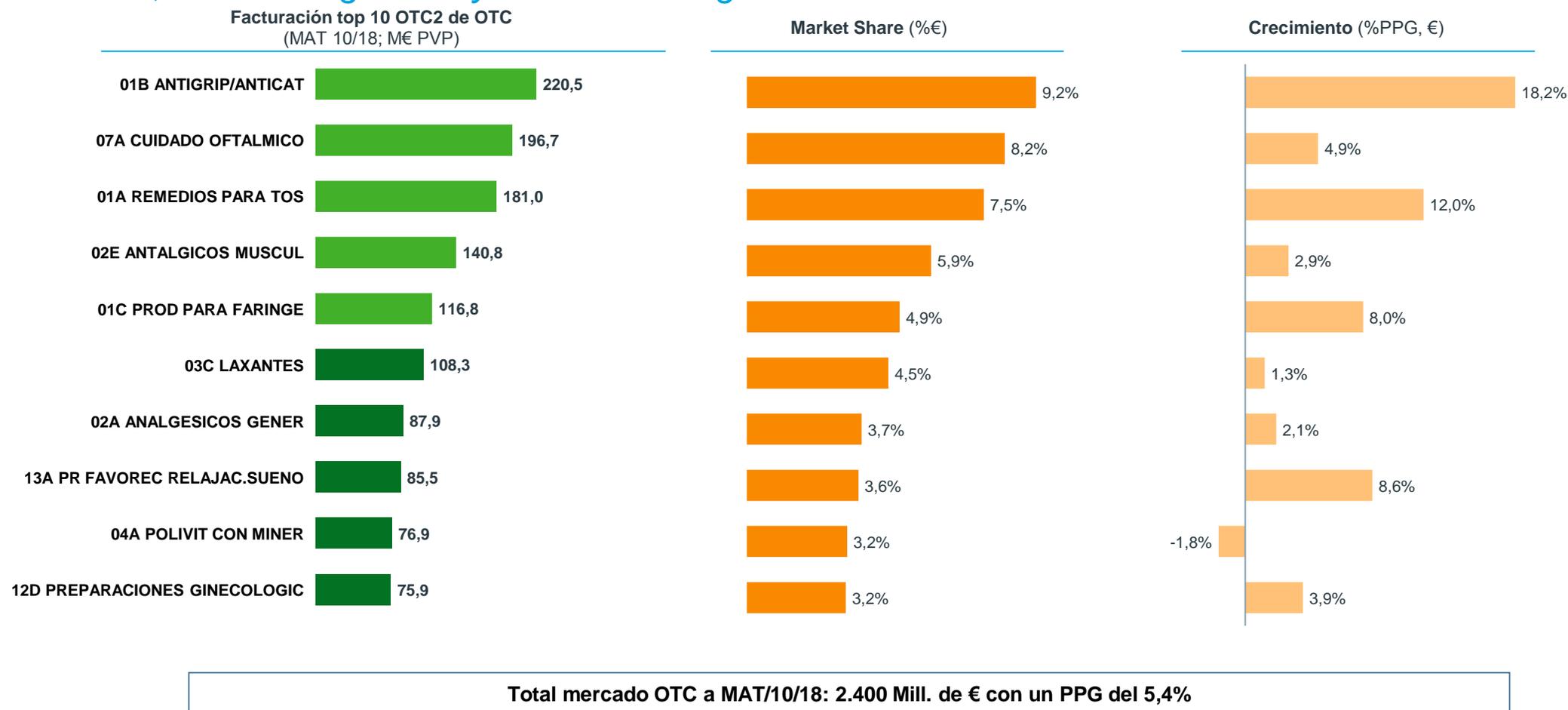
Contribuyen a esta cifra de crecimiento a doble dígito 4 de los top 5 productos (Frenadol Complex, Almax, Flumucil y Flutox)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

9 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los Polivitamínicos/Minerales los únicos que decrecen (-1,8%)

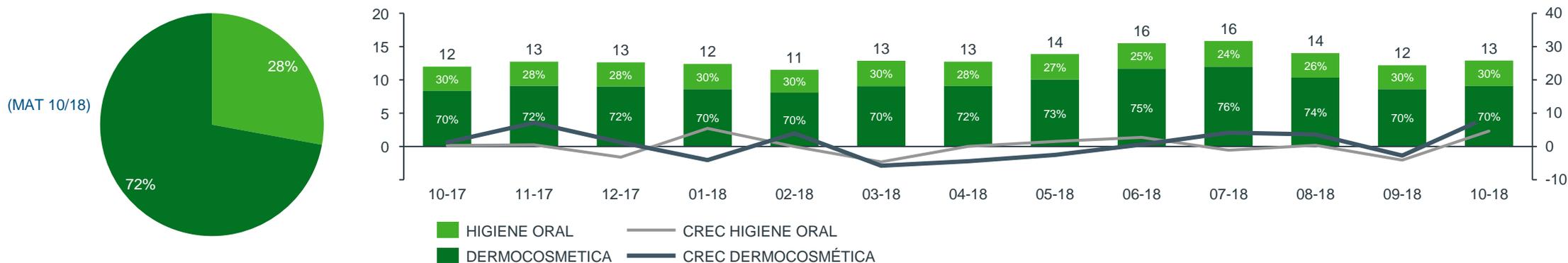
Fuera del Top 10 en ventas, destacan por sus crecimientos mayores al 20% las clases de Productos para la circulación, Otros analgésicos y Probióticos digestivos



Ambos subsegmentos de PEC (Dermocosmética e Higiene Oral) muestran tendencias positivas en valores y unidades para el mes de octubre

Dentro de los Top 5 productos para cada subsegmento, los que favorecen el crecimiento en valores son Pilexil y ph5 Eucerin en Dermocosmética y Cepillo Vitis y Gincilacer en Pec Oral

Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. Unid)



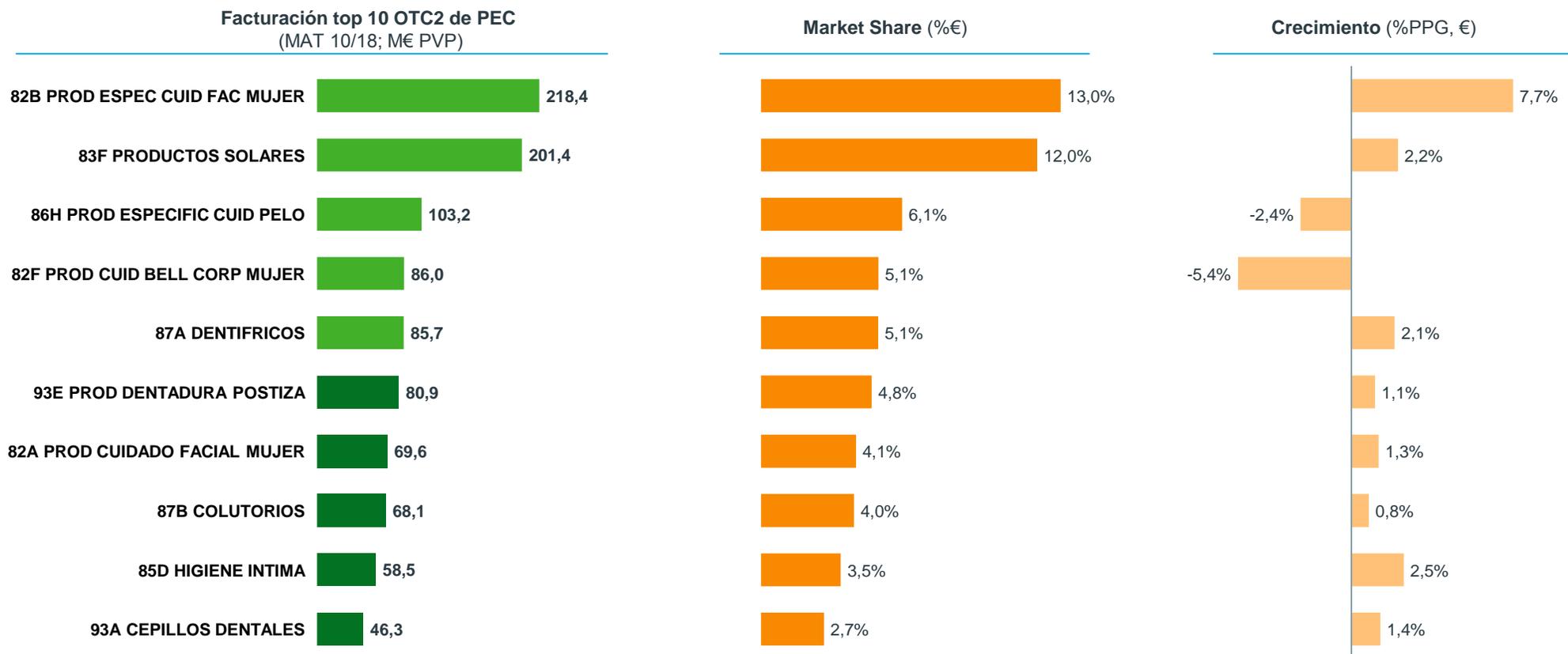
Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.800 farmacias

4 de las Top 5 Marcas de la clase con mayor cuota de mercado en este segmento, cuidado facial de la mujer, muestran crecimientos positivos

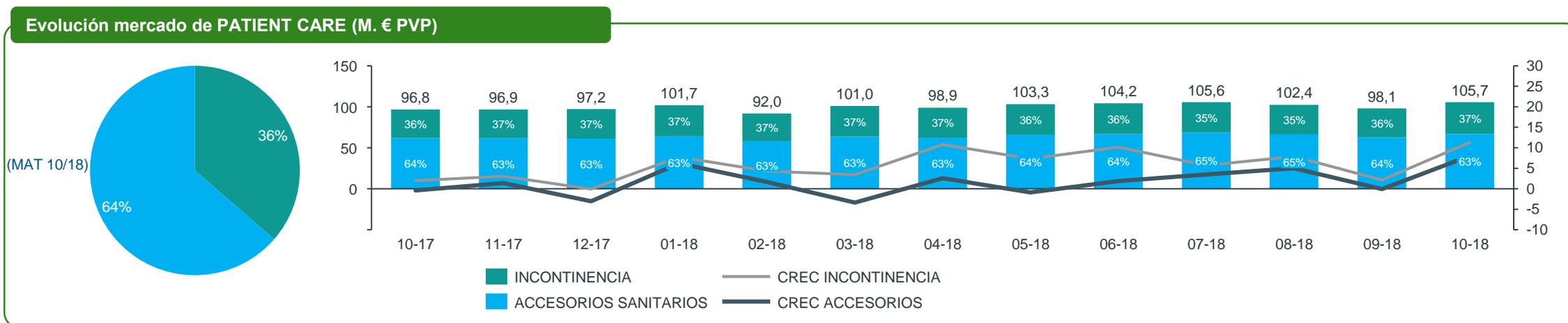
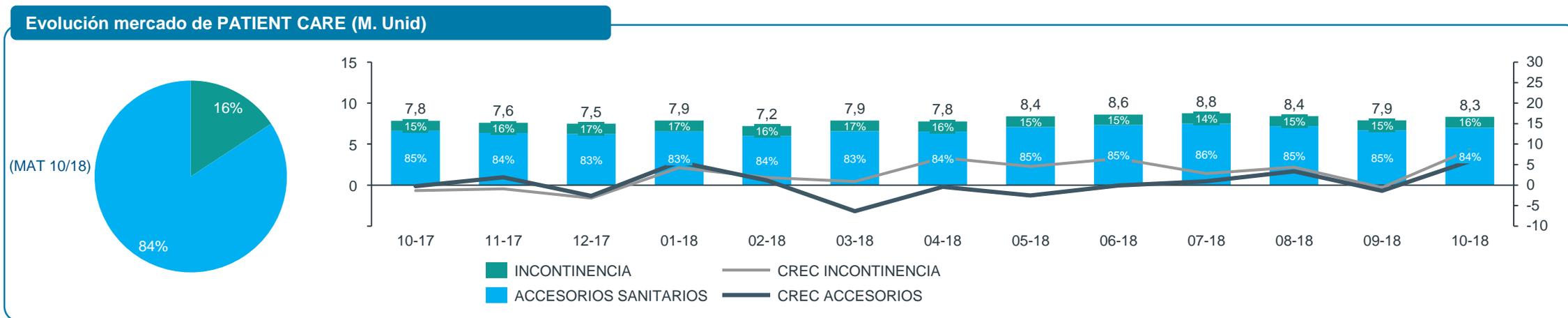
Martiderm, Eucerin y Caudalie son las 3 de las top 5 Marcas que crecen a doble dígito



Total mercado PEC a MAT/10/18: 1.684 Mill. de € con un PPG del 1,3%

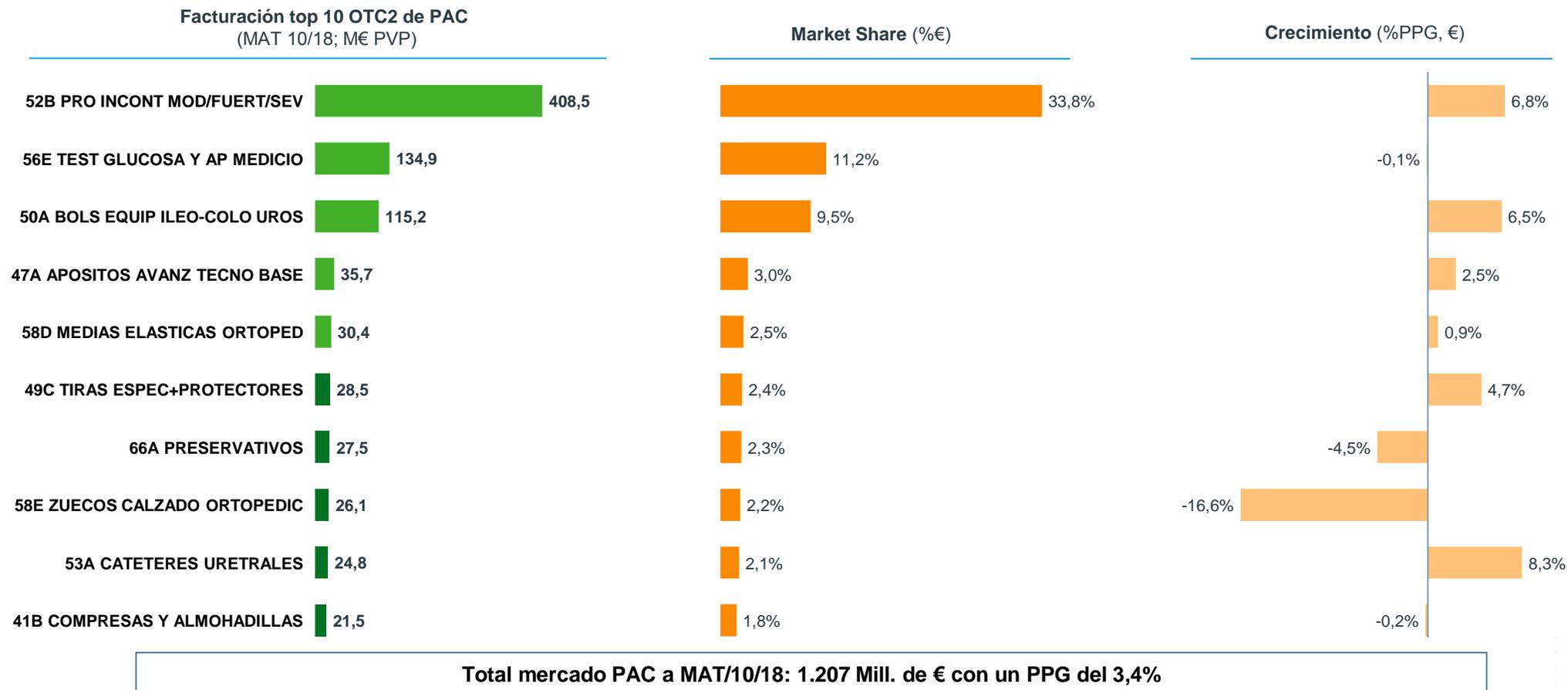
En el acumulado de los últimos 12 meses, los accesorios sanitarios suponen el 64% del mercado de PAC en valores

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



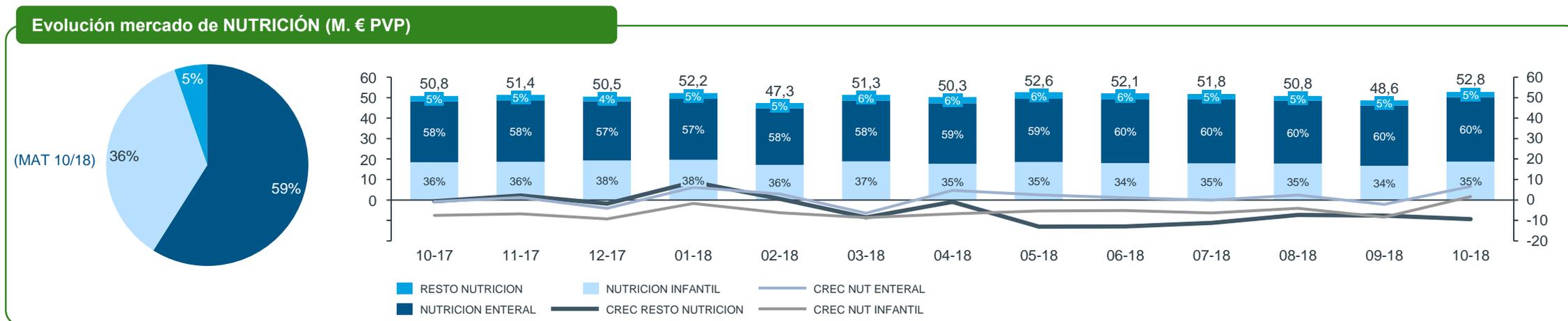
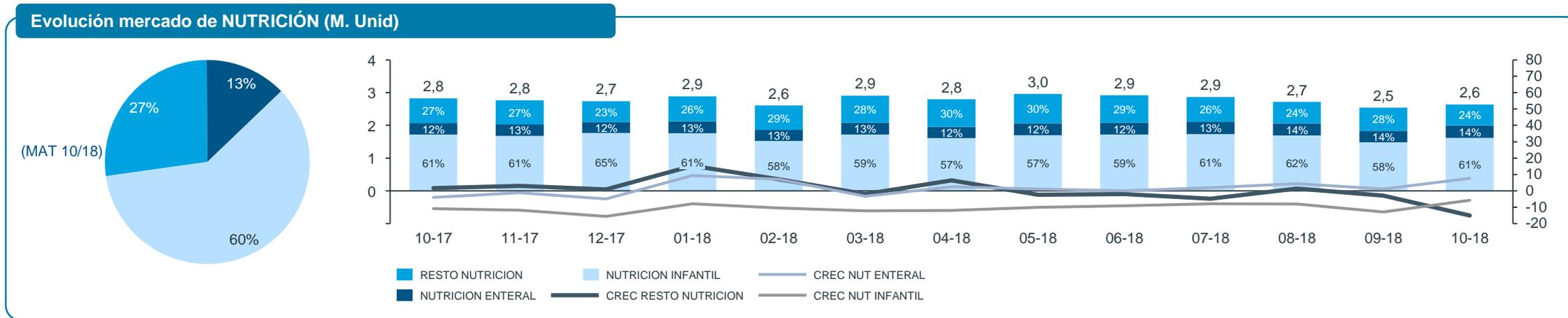
Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (33,8%) y es también la que más aporta a este mercado (26,1 M€)

De las top 5 marcas, sólo Incopack y ABS muestran un crecimiento positivo, mientras que Tena y Lindor siguen decreciendo a doble dígito, -15,0% y -10,3% respectivamente



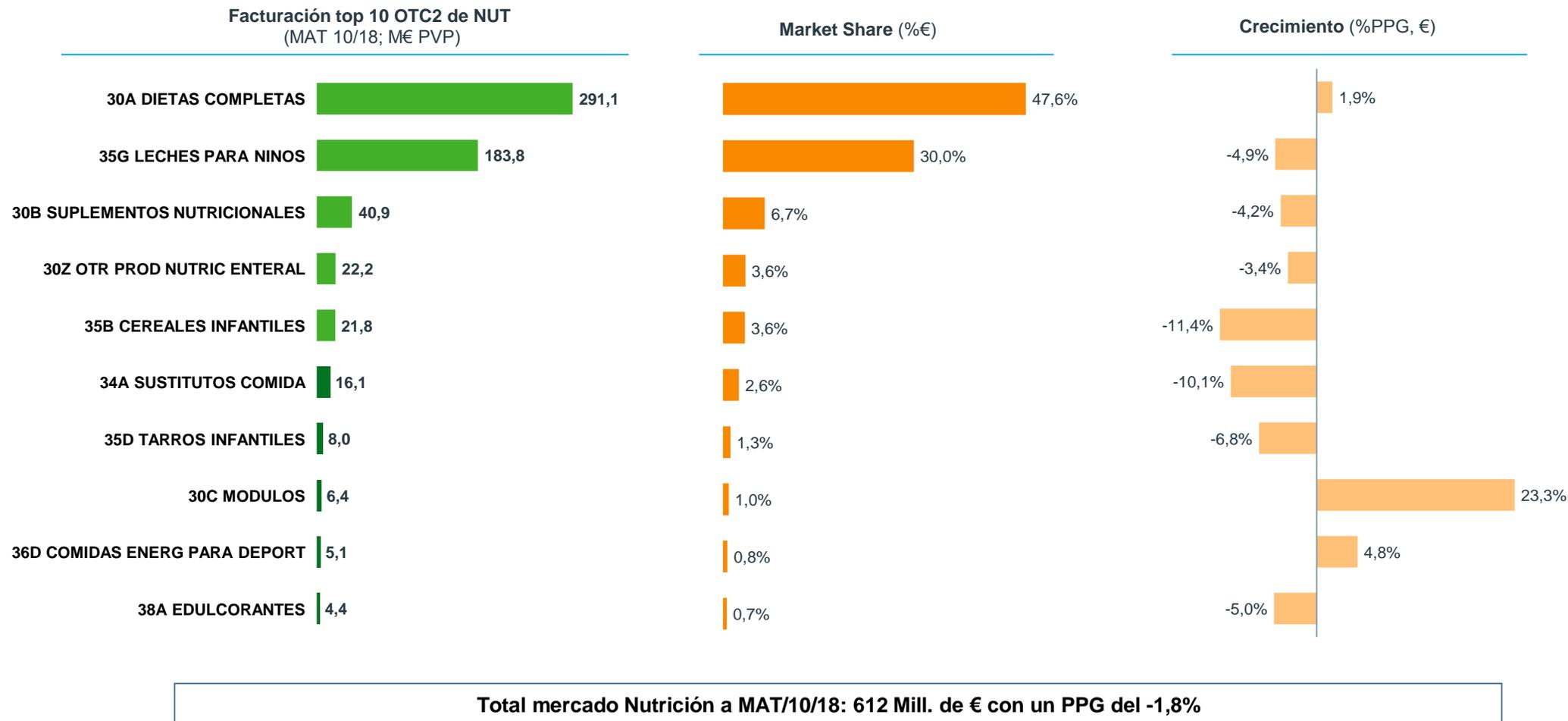
El decrecimiento del mercado de nutrición en los últimos 12 meses se debe tanto al decrecimiento de nutrición infantil como al resto nutrición

En octubre 2018, nutrición enteral crece un +6,6%; nutrición infantil crece +1,6% y el resto nutrición decrece un -9,3% en valores



El mercado de nutrición decrece 11,2M €, siendo la categoría de las leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-4,9%, -9,4M €)

Dietas completas sigue siendo la clase terapéutica con mayor peso (47,6%) con un crecimiento del 1,9% para el periodo analizado



Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + **Análisis del mercado de vitaminas y estimulantes**
- + Análisis del crecimiento del mercado en octubre 2018

El mercado de vitaminas y estimulantes se puede diferenciar en 3 grupos en función de la composición y del posicionamiento del producto

Mercados de vitaminas y estimulantes = 109.279 K€ (MAT 10/2018)

04A + 04B MULTIVITAMINAS

Productos que contienen una gran variedad de vitaminas y minerales.

- Natalben Supra
- Pharmaton Complex
- Supradyn

72,3%
Market Share

05C OTROS ESTIMULANTES

Productos para incrementar la atención y reducir el cansancio.

- Neuralex
- De Memory
- Berocca Boost

16,1%
Market Share

04D PRODUCTOS CON VITAMINA C

- Leotron Vit.C
- Redaxon

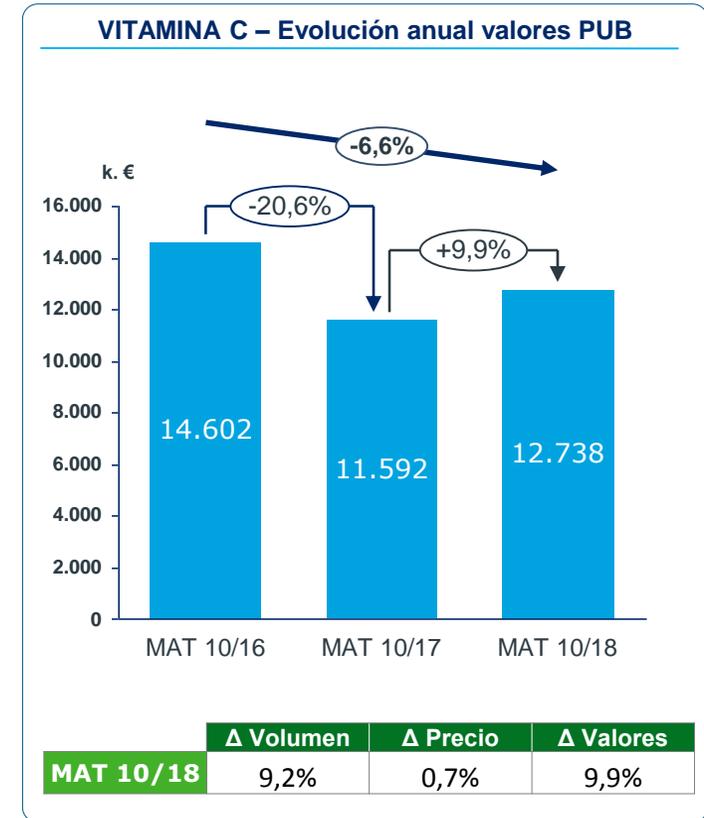
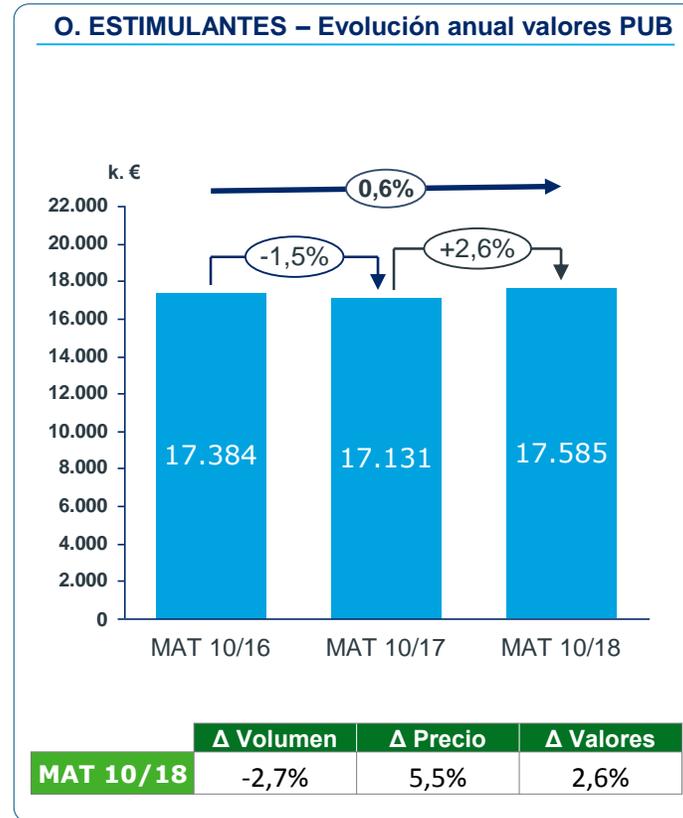
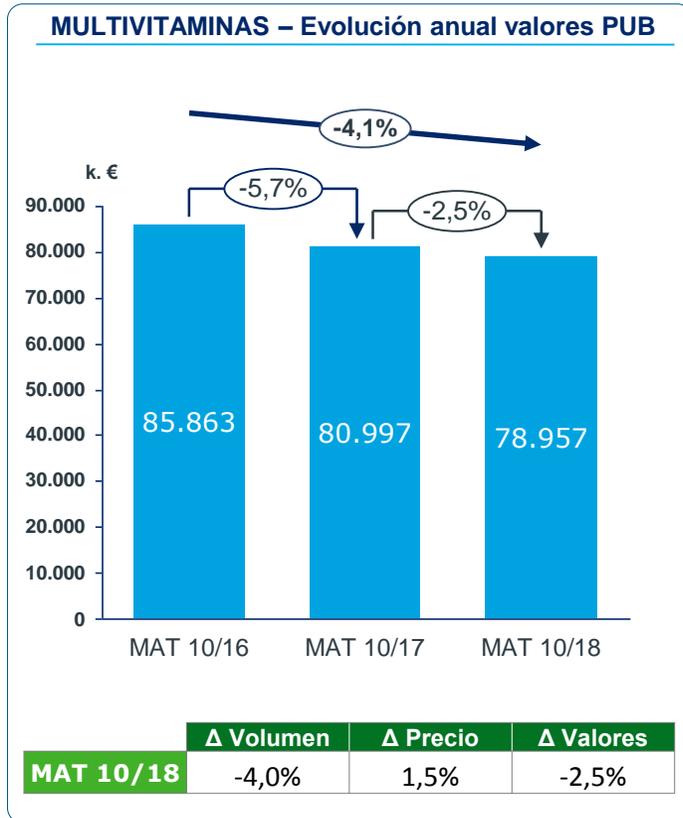
11,7%
Market Share

% ventas en valor dentro del mercado de vitaminas y estimulantes a MAT 10/2018

Fuente – COMBICONNPA 10/18
Mercado Adhoc: Vitaminas y estimulantes = 04A + 04B + 04D + 05C

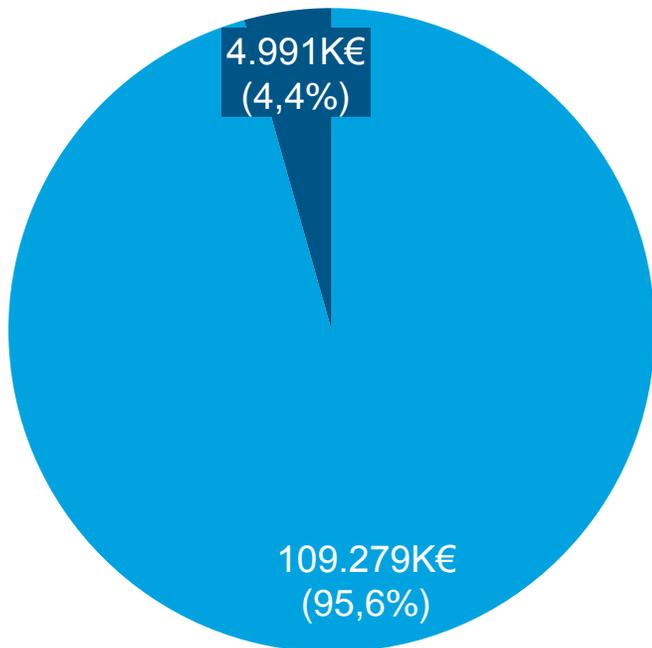
Los diferentes segmentos no están alineados en su evolución

La caída se frena en cierta medida en el acumulado de los 12 últimos meses respecto a la evolución anterior, destacando crecimientos en vitamina C y otros estimulantes.



Las promociones tienen un peso relevante en el mercado de las vitaminas frenando el decrecimiento global de la clase

Ventas - Euros PUB€ - MAT 10/18 – Mercado Vitaminas



■ PHARMACY ■ PARAPHARMACY

Ventas - Euros PUB€ MAT 10/18



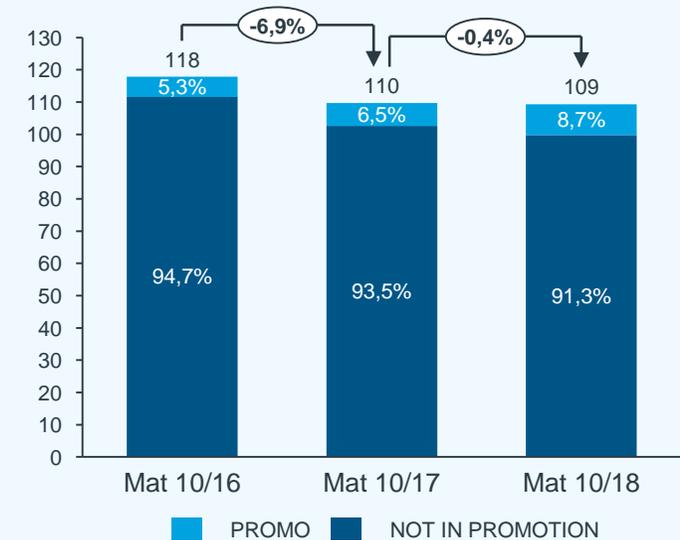
Crecimiento ventas % - MAT 10/17 vs 10/18



Farmacia

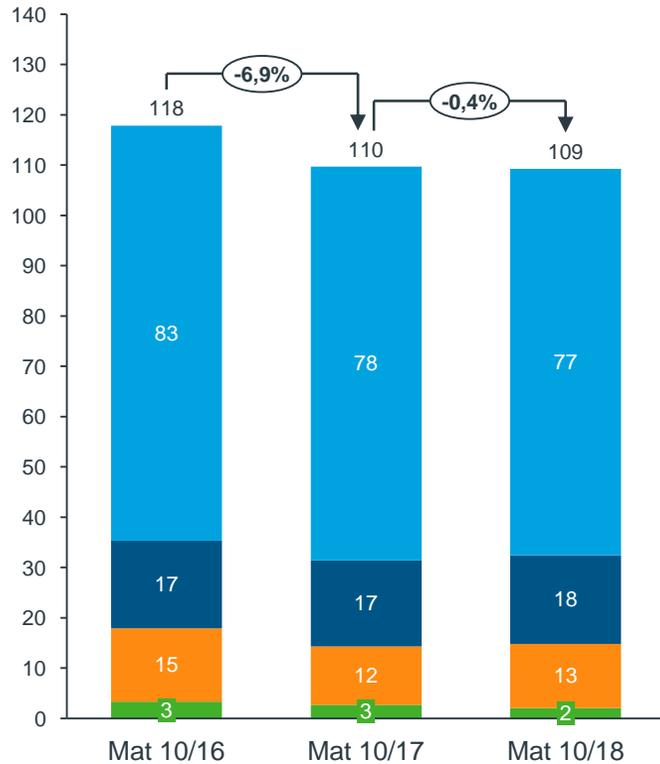
Mientras que las referencias que **no están en promoción caen un 2.8%** (MAT 10/18 vs MAT 10/17), las promociones muestran una evolución positiva en facturación del **33,7%**.

Ventas – Solo Farmacia - Euros PUB€ MAT 10/18

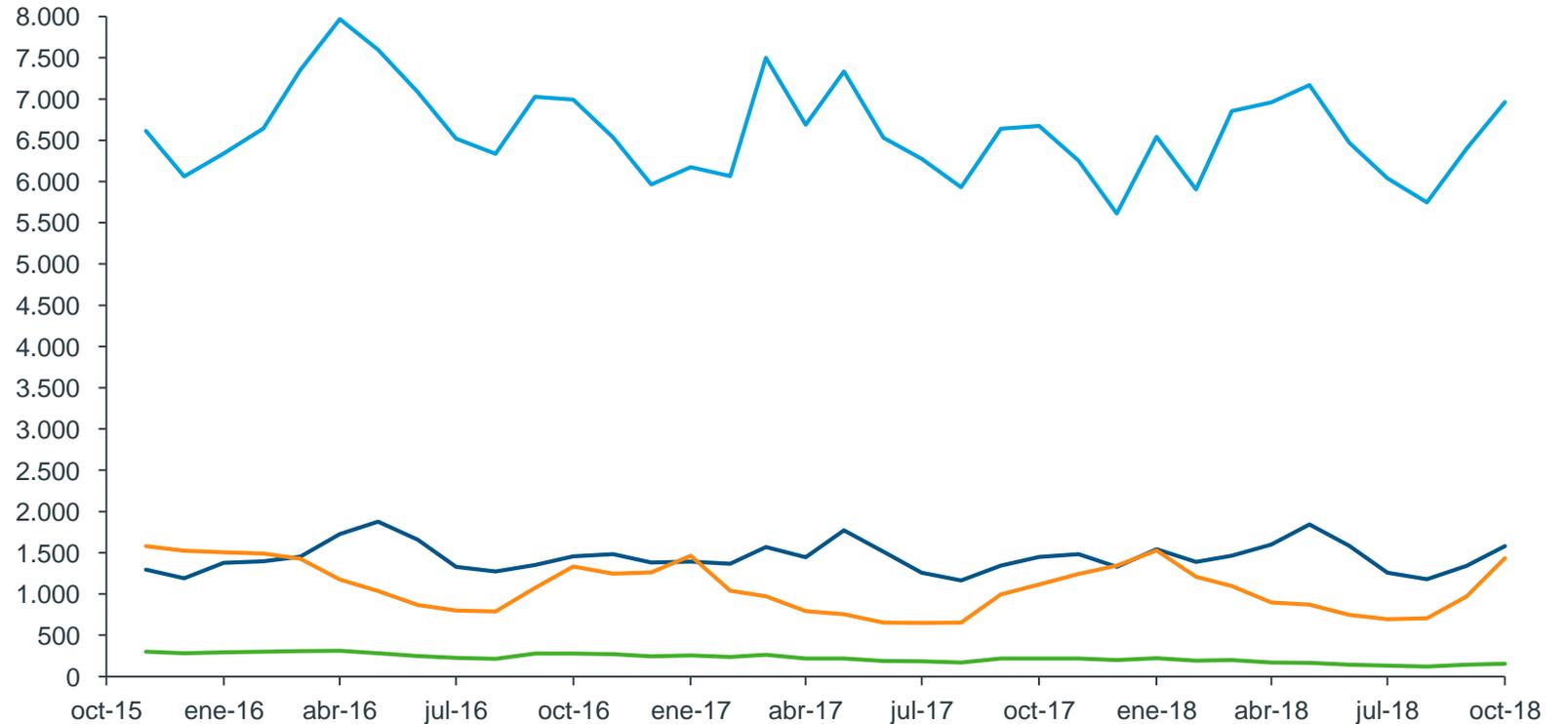


Observamos que es un mercado que fluctua bastante y que la tendencia de caída se frena ligeramente en el segmento que más factura (Polivitaminas)

Ventas - Euros PUB M€



Evolución ventas PH - Euros PUB K€



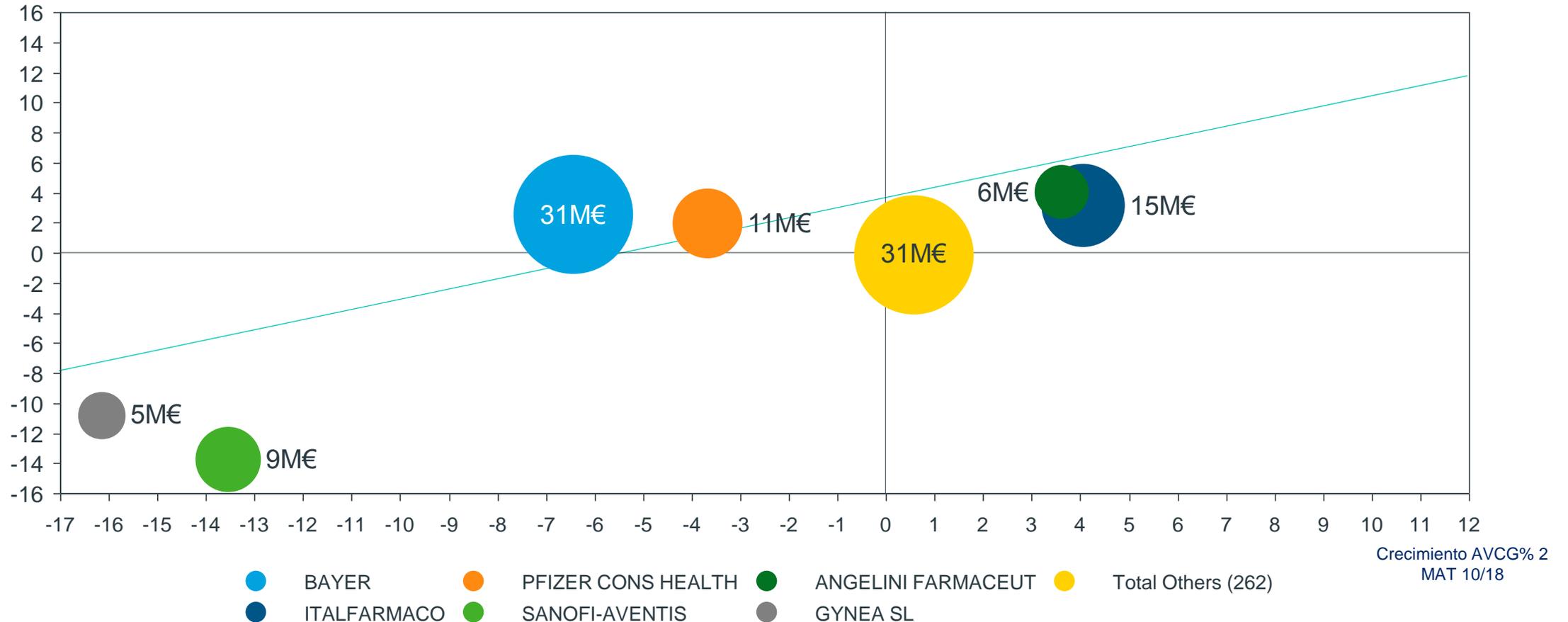
- 04A POLIVIT CON MINER
- 05C OTROS ESTIMULANTES
- 04D PRODUCTOS CON VITAMINA C
- 04B MULTIVITAMINAS S/MT

Fuente – COMBICONNPA 10/18
 Mercado Adhcoc: Vitaminas y estimulantes = 04A + 04B + 04D + 05C

El top laboratorios del mercado y su evolución en los últimos 2 años permite destacar que BAYER y PFIZER revierten su caída y vuelven a crecer

Crecimiento PPG% MAT 10/18

Tamaño – Ventas en euros PUB M€ MAT 10/18



A nivel de top marcas, Redoxon lidera el crecimiento en valores absolutos, mientras que Pharmaton es el que mas decrece.

Ventas Euros PUB (k € MAT 10/18)

PPG% MAT 10/18 vs 10/17

MS% €

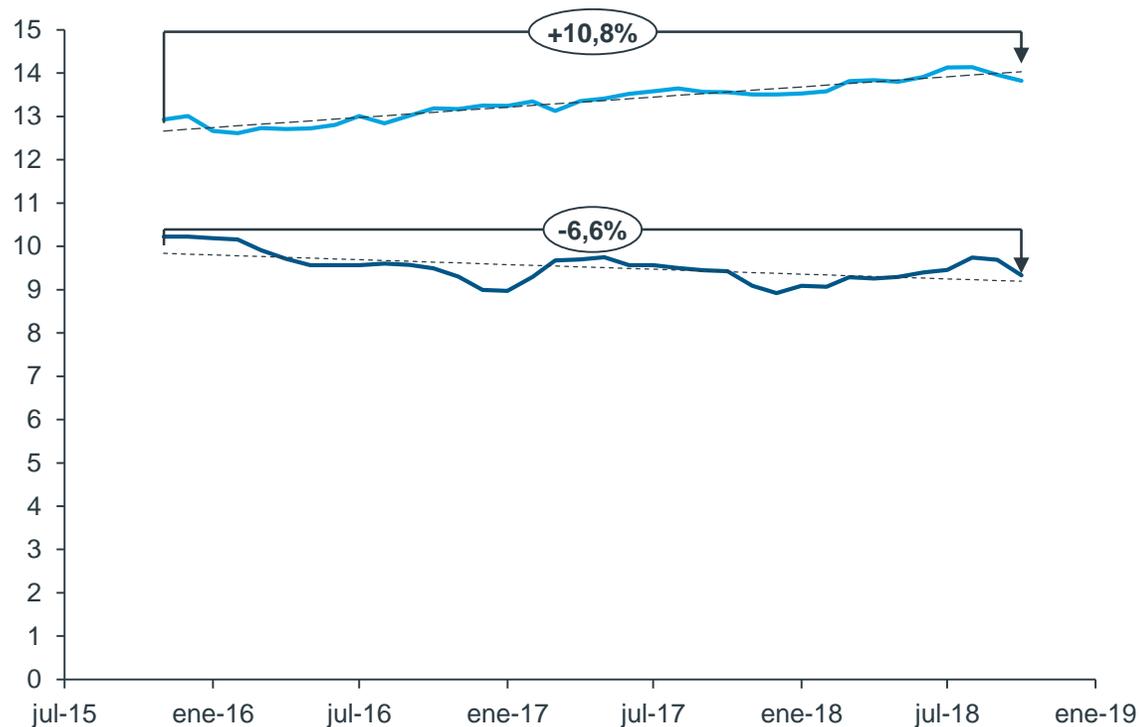
Price Avg.€



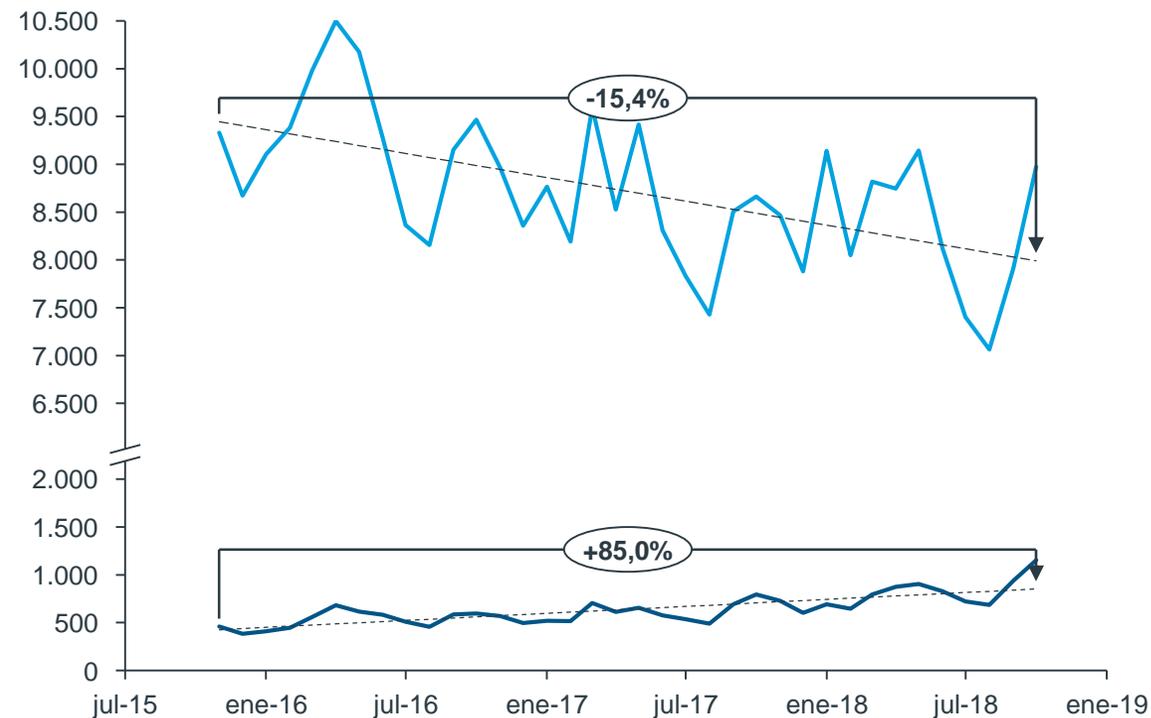
El precio medio de las promociones baja paulatinamente y oscila en los 9,5€ (vs 13,4€ de los packs no promocionados), adicionalmente suben las ventas

Las tendencias son totalmente opuestas para los productos promocionales y los productos no promocionales

Precio medio - PVP €



Ventas - Euros PUB k€



— NO PROMOCIONES — PROMOCIONES

La gran promoción observada en este mercado puede estar frenando la venta no promocionada.

El mercado de vitaminas está compuesto por 1.123 referencias, de los cuales 69 son lanzamientos de los últimos 12 meses

Top 5 packs y Bottom 5 packs - Ventas Euros PUB (€ MAT 10/18)

PROD PACK	SEGMENTO	LANZAMIENTO	LABORATORIO	EUROS PUB MAT 10/18	PPG ABS	PVP MAT/10/2018
PHARMATON COMPLEX CAPS 60	04A POLIVIT CON MINERAL	1997/03	SANOFI-AVENTIS	3.682.401	752.224	14,99
NEURALEX CAPS 60	05C OTROS ESTIMULANTES	2014/03	ITALFARMACO	3.854.015	518.636	15,51
REDOXON EXTR DEFEN TABL EFV NAR 30	04D PRODUCTOS CON VITAMINA C	2013/02	BAYER	3.896.301	363.385	12,89
MULTICENTRUM PLUS TABL GIN/GIN 30	04A POLIVIT CON MINERAL	2018/04	PFIZER CONS HEALTH	349.296	349.296	11,30
SUPRADYN ACTIVO TABL 90	04A POLIVIT CON MINERAL	1999/11	BAYER	4.242.119	327.935	17,11
----	----	----	----	----	----	----
ARKOVITAL PURA ENE TABL MULTIV 30	04A POLIVIT CON MINER	2016/07	ARKOPHARMA	1.095.831	- 408.198	11,86
GESTAGYN EMBARAZO CAPS 30	04A POLIVIT CON MINER	2011/05	GYNEA SL	3.064.743	- 416.259	18,19
REDOXON EXTR DEFEN TABL EFV NAR 1 23+7	04D PRODUCTOS CON VITAMINA C	2016/09	BAYER	470.954	- 467.651	11,62
FEMASVIT CAPS 30	04A POLIVIT CON MINER	2009/03	EFFIK	703.090	- 523.579	19,58
PHARMATON COMPLEX CAPS 90	04A POLIVIT CON MINER	2012/05	SANOFI-AVENTIS	1.315.219	- 860.561	20,82

Top crecimientos – 3 de 5 crecen en gran medida debido a promociones asociadas

Pharmaton
Super Promo
1+1

Redoxon
15 comprimidos efervescentes gratis
Participa y gana 25.000€ comprando Redoxon

Supradyn activo
Llévate un envase de 90 comprimidos y te regalamos uno de 30

¿Cómo se comporta el comprador en este mercado?

Resumimos algunos de los insights que podemos observar en el estudio realizado del comprador FarmaShopper 2018.

EL MAYOR ESTUDIO DEL COMPRADOR DE CONSUMER HEALTH EN LA FARMACIA

FarmaShopper2018

El comprador de vitaminas es activo en la búsqueda de información online

Decisión en la farmacia por encima de la media (46% vs 42% FS2018), aunque en general se decide en casa

Las marcas paraguas son menos relevantes al resto de categorías (7% vs 16% FS 2018), importante ser especialista.

El 58 % de los compradores recuerdan los precios.

El 29% de los compradores ven la recomendación del farmacéutico como motivo de la compra, 42% si no era una compra planificada

El comprador percibe en la farmacia poca proactividad comercial y baja visibilidad en las promociones

... Más disponible en el estudio completo

Índice

- + **Indicadores clave de la farmacia española**
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Análisis del mercado de las vitaminas
- + **Análisis del crecimiento del mercado en octubre 2018**

Para entender las dinámicas del mercado este octubre 2018, se han analizado distintos factores que pueden dirigir estas cifras de crecimiento

Días laborables octubre 2018

- Este mes de octubre 2018 cuenta con un día laborable más con respecto a octubre 2017

Comparativa de la evolución en ventas

- Septiembre 2018 ha sido un mes más bajo de lo habitual donde vemos que octubre 2018 compensa
- Octubre 2017 ha sido el mes de octubre más bajo de los últimos 4 años
- Evolución del canal mass market y selectivo

Factores exógenos al mercado

- Las condiciones meteorológicas impactan en el retraso que se observa en el comienzo del mercado del frío

Tráfico en la farmacia

- Vemos que Octubre 2018 ha sido un mes fuerte a nivel de tráfico en la farmacia

El mes de octubre 2018 tiene un día laborable más con respecto al mes de octubre 2017

El mes de octubre 2018 tiene 26 días laborables, mientras que el mismo mes de 2017 tiene 25 días laborables. Esto supone un **4% más de días en octubre**.

OCTUBRE 2017						
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

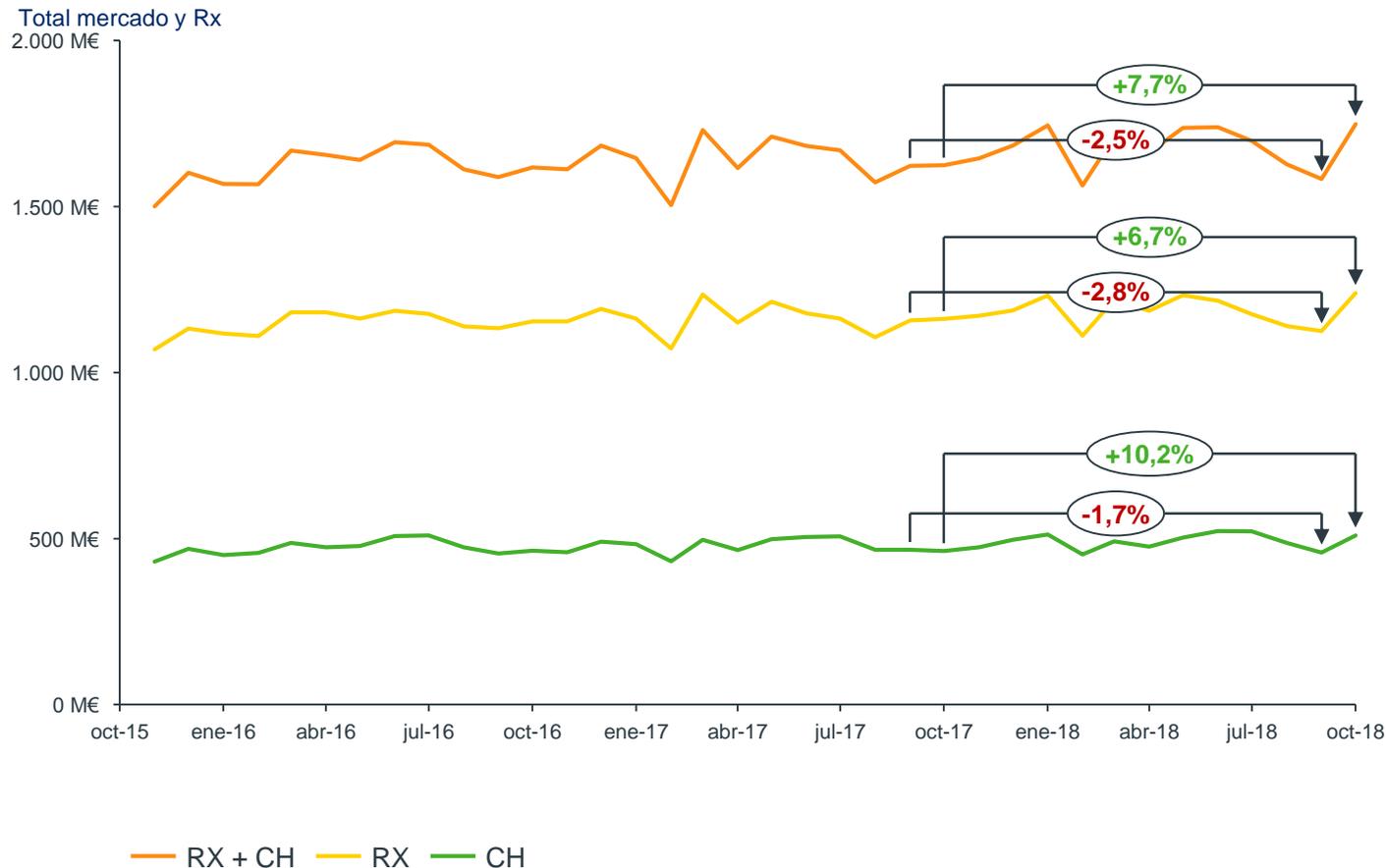


OCTUBRE 2018						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

El mercado de la farmacia presenta crecimientos en octubre 2018 después de un mes de septiembre más bajo de lo habitual

El segmento de CH presenta también crecimientos en todos sus subsegmentos, incluido el segmento de nutrición

Evolución ventas - Euros PUB

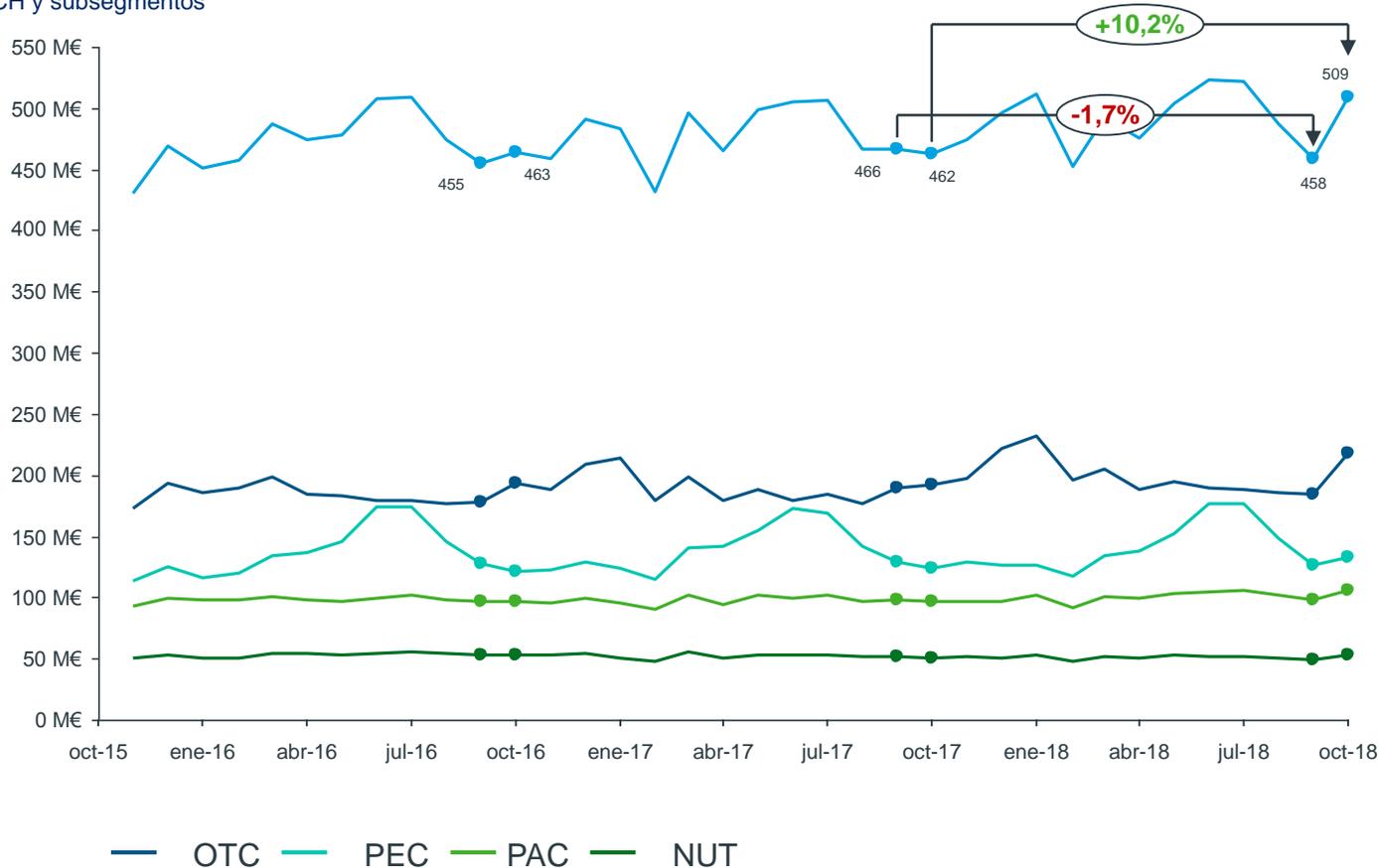


- Observamos que la tendencia del total mercado (+7,7%) es la misma que siguen los segmentos Rx y CH, mostrando crecimientos revirtiendo la tendencia negativa que presentó el pasado mes de septiembre.
- Aunque este último octubre vemos datos más altos, observamos que el mercado en el mes de septiembre fue más bajo de lo habitual.
- Observamos que Octubre 2018 es 5% más alto que la media de los 2 Octubres pasados. Octubre 2017 fue un octubre muy bajo de -7.8% vs Octubre 2018.
- Si miramos lo que ha pasado en el mercado selectivo y de gran consumo vemos que no se ha observado crecimientos tan altos: en la categoría higiene y belleza, el selectivo como el gran consumo han crecido un +1,2%

El segmento de Consumer Health presenta crecimientos en todos sus subsegmentos, incluido el segmento de nutrición

Evolución ventas - Euros PUB

CH y subsegmentos



- El segmento que más contribuye al crecimiento del total CH es el segmento OTC que crece un 13,7% en valores, promovido por las categorías de invierno.
- En el segmento de Personal Care (PEC) suben tanto el mercado de dermocosmética como higiene oral. El crecimiento en dermo es promovido por productos de autocuidado y belleza.
- El segmento Patient Care (PAC) presenta crecimientos en incontinencia y accesorios para el mes de octubre.
- El segmento de Nutrición (NUT) crece en octubre siendo la clase de nutrición enteral la que más aporta al crecimiento. Por primera vez en los últimos meses se observa un crecimiento en Nutrición Infantil, promovido por las leches infantiles.

Mercados como OTC, nutrición enteral e infantil destacan este mes de octubre por sus lanzamientos

Octubre 2018 presenta 833 lanzamientos nuevos versus 695 en octubre 2017 (+20%)

Lanzamientos

*ventas (€) en octubre de las referencias lanzadas en agosto-septiembre-octubre del mismo año

	2018					2017				
	Ventas octubre 2018	PPG%	Número lanzamientos agosto-octubre 2018	Cuota	Ventas octubre 2017	PPG%	Número lanzamientos agosto-octubre 2017	Cuota		
OTC	1.864.152 €	92%	241	46,2%	969.308 €		177	33,2%		
DERMOCOSMETICA	1.736.851 €	5%	396	43,1%	1.659.589 €		342	56,9%		
NUTRICION ENTERAL	120.603 €	120%	13	3,0%	54.767 €		6	1,9%		
ACCESORIOS SANITARIOS	113.702 €	47%	112	2,8%	77.323 €		90	2,7%		
NUTRICION INFANTIL	108.579 €	283%	11	2,7%	28.342 €		16	1,0%		
HIGIENE ORAL	62.471 €	-33%	26	1,5%	93.451 €		27	3,2%		
RESTO NUTRICION	27.275 €	-9%	33	0,7%	29.830 €		34	1,0%		
INCONTINENCIA	104 €	-97%	1	0,0%	3.024 €		3	0,1%		
TOTAL	4.033.738 €	38%	833	100,0%	2.915.634 €		695	100,0%		

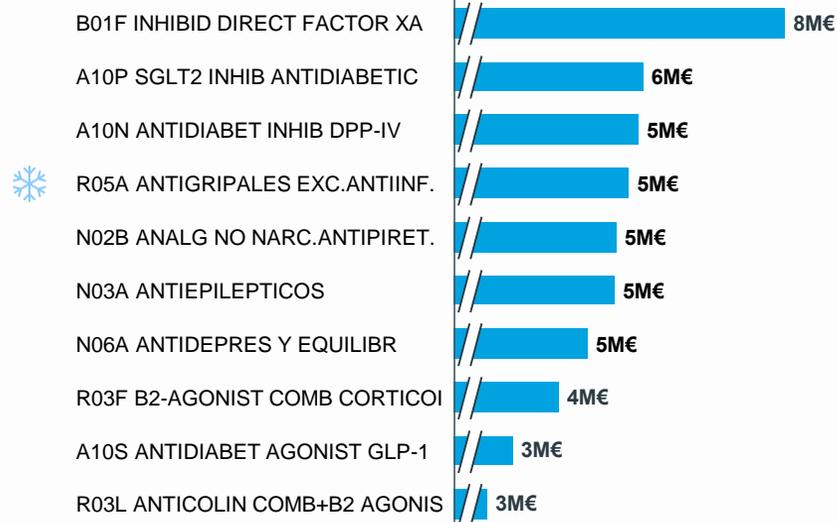
- El mes de octubre presenta 833 lanzamientos repartidos entre los diferentes subsegmentos
- Los lanzamientos en octubre 2018 de agosto-septiembre-octubre representan un 38% más en valor que el año pasado.
- En valor absoluto, los lanzamientos facturan más de 4M€, de los cuales 1,9M€ son OTC (+92% vs oct 2017) y 1,7M€ en dermocosmética (+5%).
- El mercado de nutrición infantil muestra tendencias muy positivas (+283%) gracias a lanzamientos de productos con precios elevados.

En este mes de octubre observamos que los anticoagulantes orales y los antidiabéticos son los que más aportan al crecimiento

Entre las top 10 clases de medicamentos que más aportan al crecimiento encontramos 3 clases de productos para el sistema respiratorio

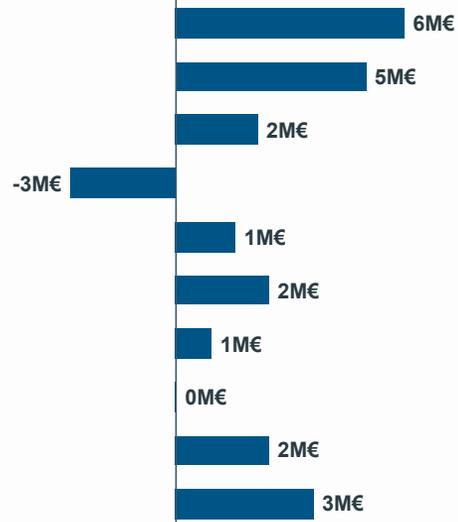
Medicamentos

Top 10 ATC 3 en crecimiento absoluto
Oct 18 vs Oct 17 € PUB.



Crecimiento de ventas K. Euros PUB
(Oct 17 vs Oct 18)

Crecimiento de ventas K. Euros PUB
(Oct 17 vs Oct 16)



- Las clases que más aportan al crecimiento para el mes de octubre son los anticoagulantes orales, antidiabéticos, medicamentos para el aparato respiratorio y medicamentos del sistema nervioso.
- Las top 10 categorías ATC3 que más aportan al crecimiento para este mes de octubre, **suman el 53,4% del crecimiento total de medicamentos.**
- 3 de las categorías que más aportan al crecimiento del mercado en el mes de octubre son categorías de antidiabéticos.

Revirtiendo la tendencia de septiembre, las clases del mercado estacional de frío son un driver de la subida de este mes de octubre

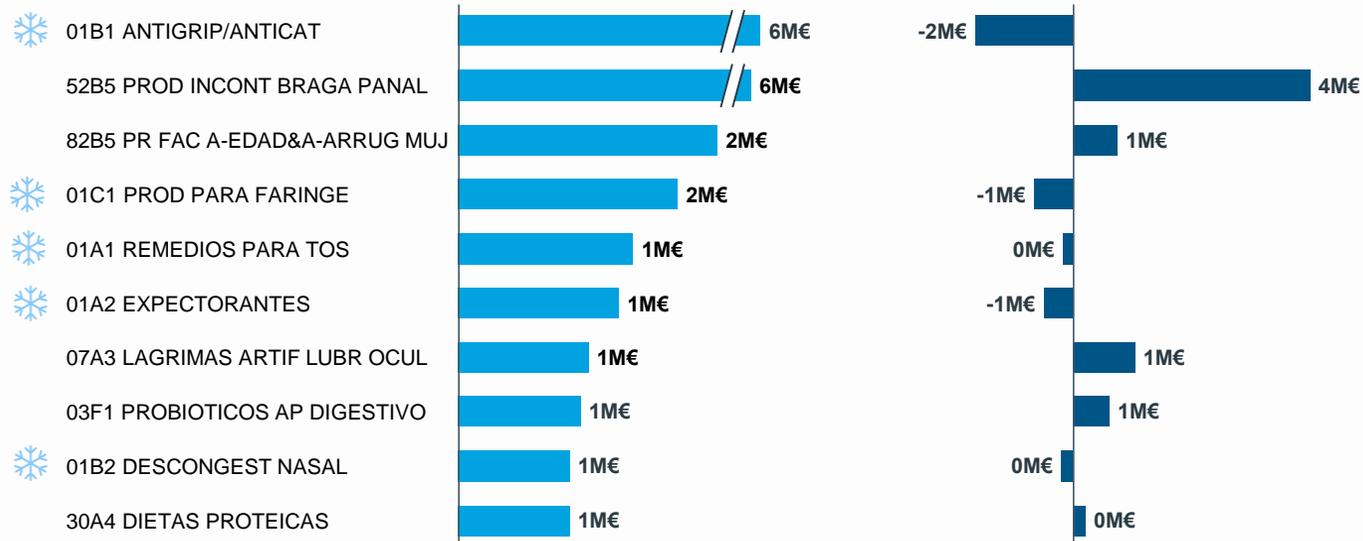
Si analizamos las OTC3 que más aportan al crecimiento para este mes de octubre, 5 de las top 10 son estacionales del mercado de frío.

Consumer Health

Top 10 OTC 3 en crecimiento absoluto
Oct 18 vs Oct 17 € PUB.

Crecimiento de ventas K. Euros PUB
(Oct 17 vs Oct 18)

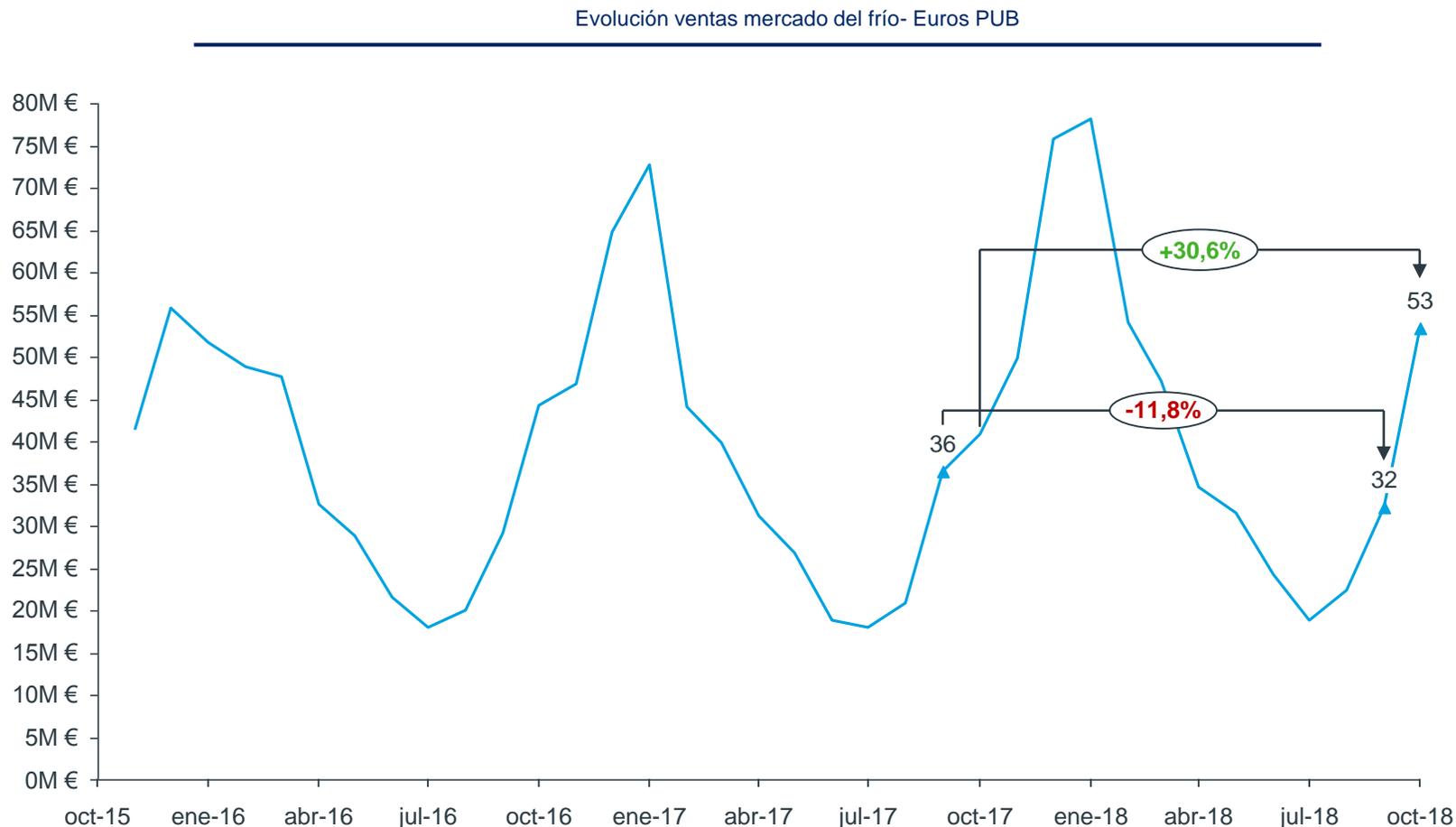
Crecimiento de ventas K. Euros PUB
(Oct 17 vs Oct 16)



- Las clases CH de **frío**, que son las clases que **más aportan al crecimiento** este mes de octubre, en octubre del año pasado decrecían.
- Los *productos faciales antiedad&antiarrugas de la mujer* es una de las clases TOP 3 que aporta más al crecimiento de este mes de octubre. Dentro de esta clase crecen todas las brands incluidas en el top 20. El comportamiento de esta clase es positivo en el evolutivo, en los últimos 24 meses presenta tendencias positivas para 21 de los periodos.
- Destaca también incontinencia aunque por tratarse de productos financiados su comportamiento es muy diferente al resto del mercado.

Analizando el evolutivo del mercado de frío observamos un retraso en el comienzo de la estacionalidad en 2018 debido a condiciones meteorológicas

Octubre 2017 fue el octubre más bajo de los últimos 4 años en ventas y el más caluroso



AEMet

Agencia Estatal de Meteorología

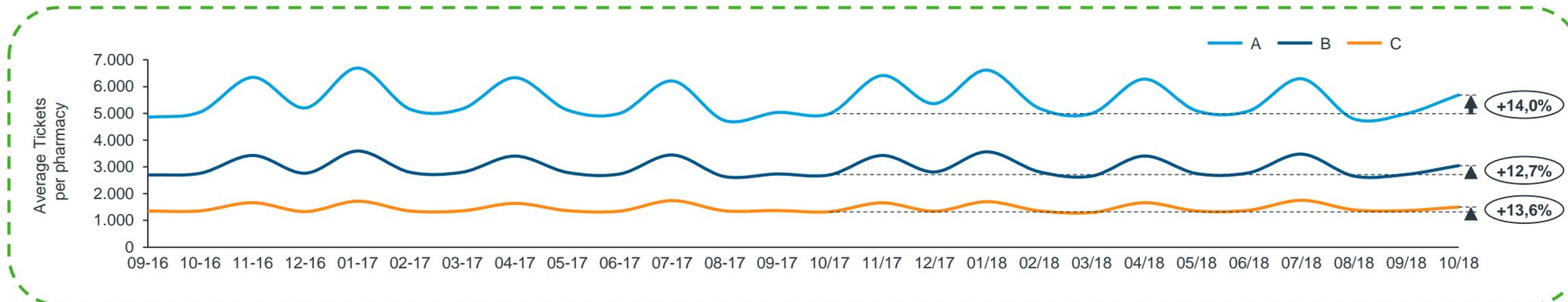
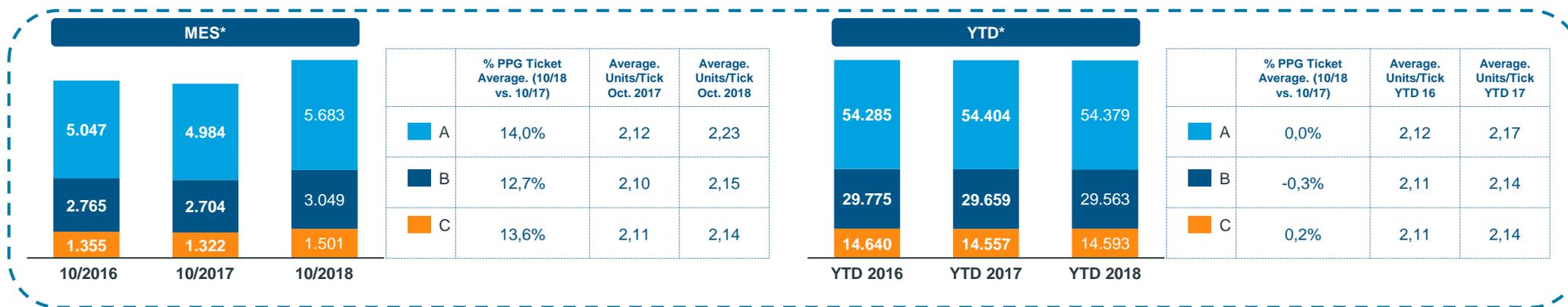
- **Octubre 2018** ha presentado unas temperaturas similares a la media para este mes (16°C). Sin embargo, ha sido **2,6°C más frío que octubre del 2017** (que fue más caluroso que la media).
- **Septiembre 2018**, fue un septiembre atípico, el más caluroso de los últimos 50 años, con una temperatura de **2,4º más calurosa que la media**.

Con estas afirmaciones (fuente AEMET) podemos concluir que la llegada del frío este año se ha retrasado y, con ello, el mercado del frío que decreció en septiembre por ser más caluroso y ha remontado en octubre 2018 gracias a las temperaturas habituales de este mes.

El tráfico en la farmacia en este mes de octubre presenta en promedio un crecimiento de 13,6%...

...acompañado de un crecimiento en la venta media de unidades por ticket

Promedio de tickets por farmacia y promedio de unidades por ticket



Fuente: IQVIA Análisis dato input semanal
 Semanas mes: 2016 y 2017 W 40-43, 2018 W 40-44
 Semanas YTD: W 1-43
 Farmacias A +1 millón €, B between 1 million €, -650,000 €, C less than 650,000 €

En definitiva, la subida del mercado en Octubre 2018 es una combinación de los días laborables, de la climatología y del tráfico en la farmacia

Principales conclusiones de la subida generalizada del mercado en octubre

Crecimiento generalizado en el mercado de medicamentos

Los antidiabéticos, los anticoagulantes orales, y los antigripales son las clases que más aportan al crecimiento de los medicamentos, un 53,4%.

Octubre 2017 presentó además cifras inferiores a las esperadas siendo el mes más bajo de los últimos 4 años.

Octubre 2018 más frío

Las categorías del frío y las categorías de respiratorio, tienen una evolución positiva, revirtiendo la tendencia que se veía en septiembre por ser más caluroso

AEMet

Agencia Estatal de Meteorología

Octubre 2018 ha presentado unas temperaturas similares a la media para este mes (16°C). Sin embargo, ha sido 2,6°C más frío que octubre del 2017 (que fue más caluroso que la media)

Octubre 2018 tiene un día laboral más que en 2017

Octubre 2018 tiene 26 días laborables mientras que octubre 2017 tuvo 25. Esto supone un 4% más de días laborables.



Octubre 2018 tiene mayor tráfico en la farmacia

Octubre 2018 presenta un aumento de tráfico en promedio de 13,6% con un aumento del número de unidades vendidas

El aumento de tráfico es similar entre farmacias tipo A, B o C (entre el mínimo de 12,7% y el máximo de 14%)



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de octubre 2018

Noviembre 2018