

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de agosto 2018

Septiembre 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
- + Anexo
 - + El Mercado de los solares

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

El peso 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

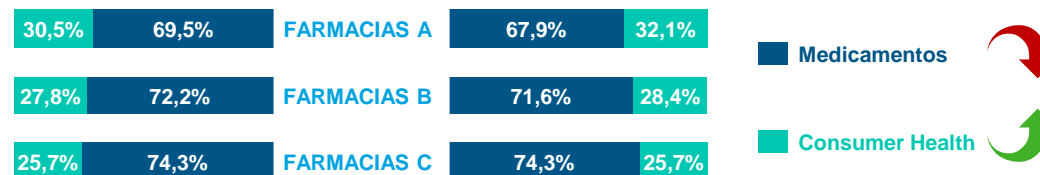
Promedio facturación por farmacia del mercado farmacéutico (Comparativa 2014/2017, € PVP)



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%

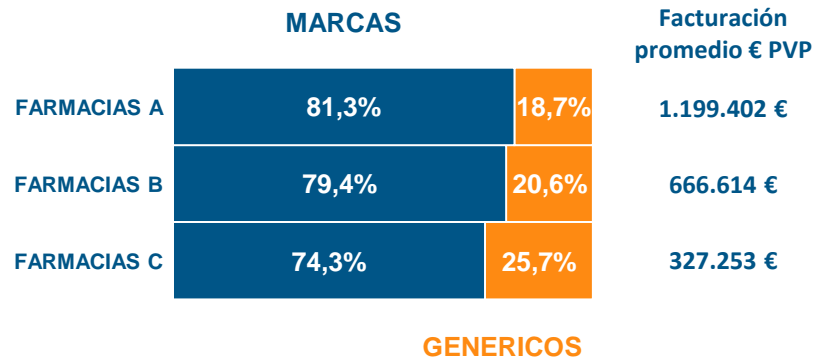
Evolución del % de ventas entre el mercado de Medicamentos y el mercado de Consumer Health (Comparativa 2014/2017, € PVP)



Mercado de medicamentos

Facturación promedio por farmacia

633.386 €



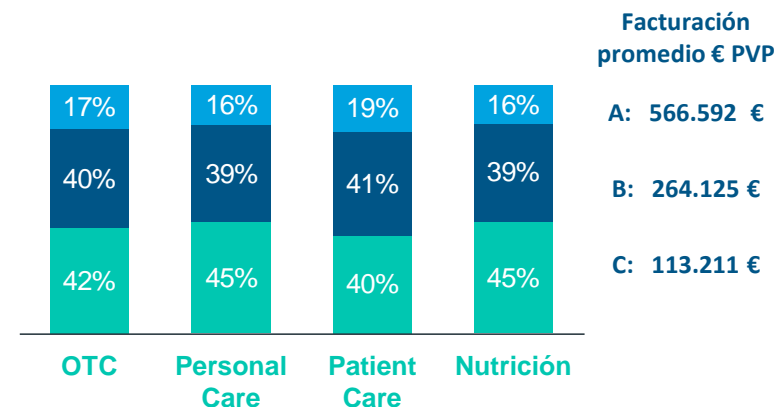
Mercado de Consumer Health

Facturación promedio por farmacia

262.576 €

% Distribución de las ventas por tipología de farmacia

FARMACIAS C
FARMACIAS B
FARMACIAS A



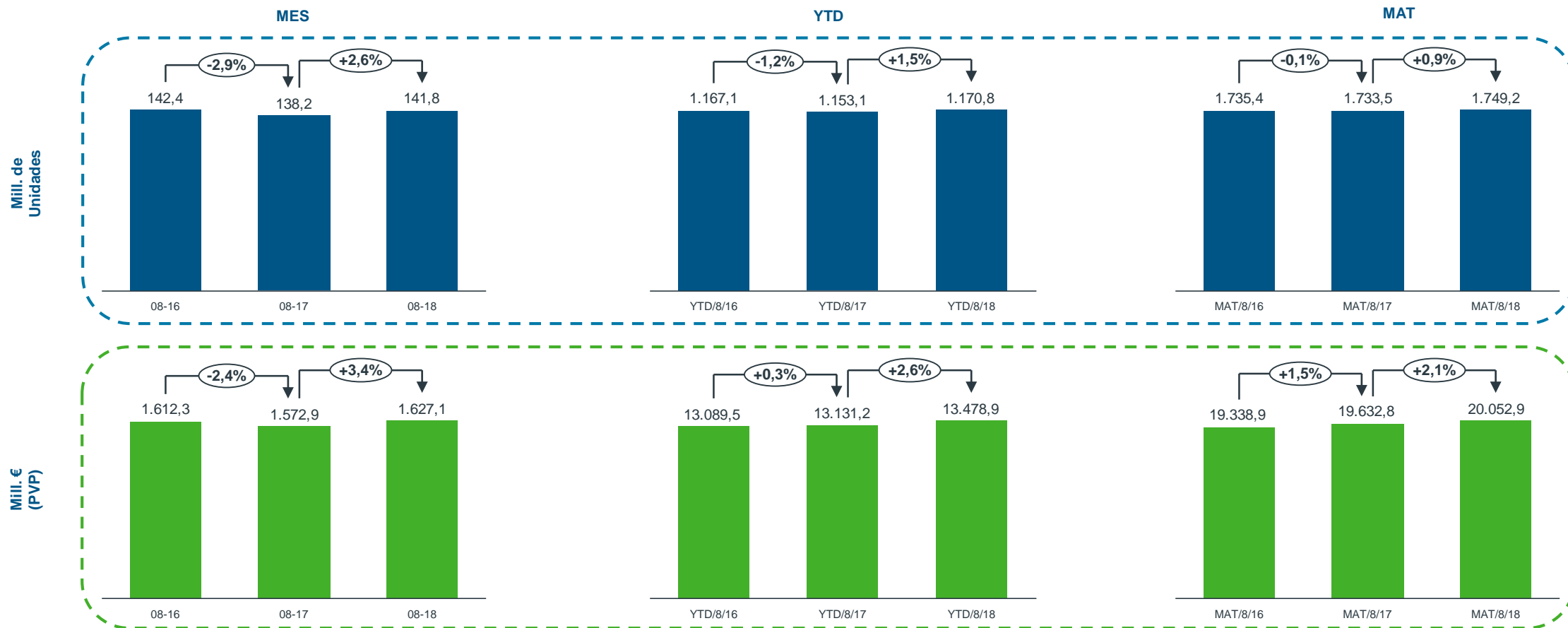
Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias
*% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2017

Índice

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

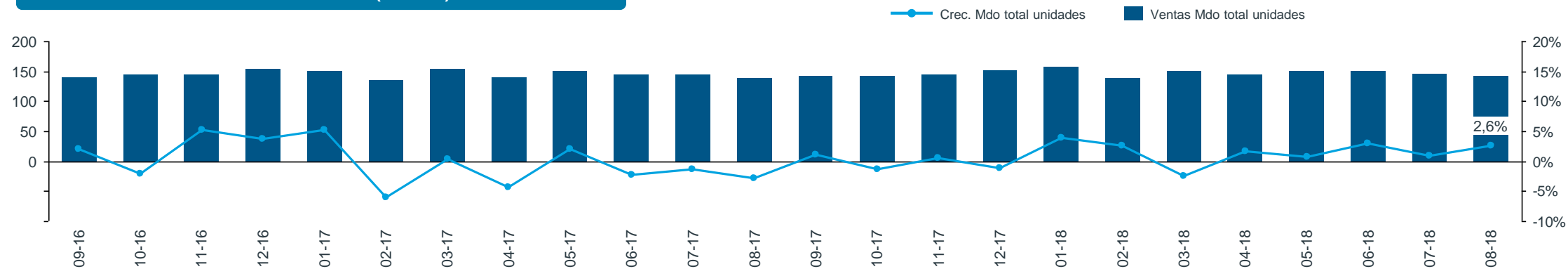
El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del 2,1% en valores y del 0,9% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

Total mercado farmacéutico

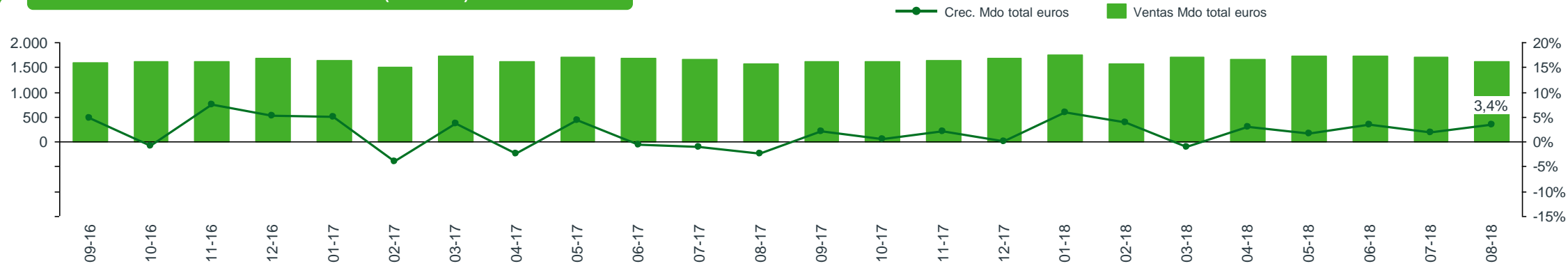


Siguiendo con la tendencia positiva de julio, en agosto se observa un crecimiento interanual del 3,4% en valores y del 2,6% en volumen

Evolución del mercado total en farmacia (M. Unid)

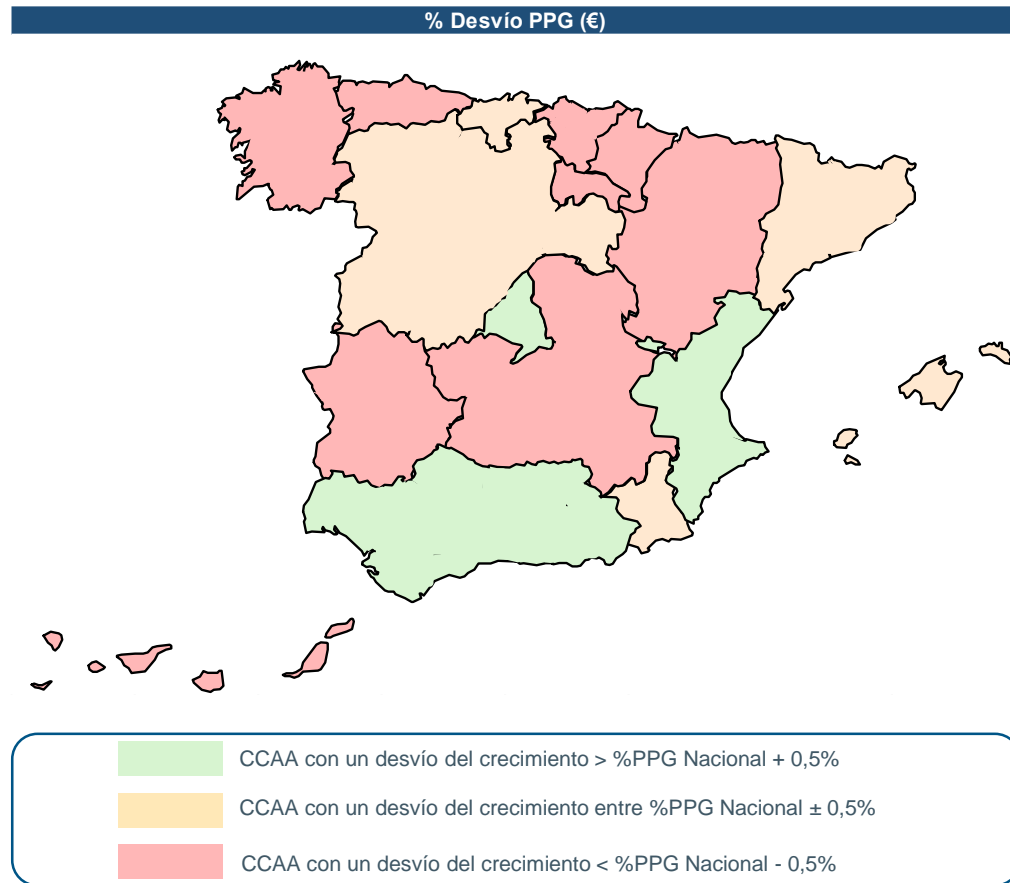


Evolución del mercado total en farmacia (M. € PVP)



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



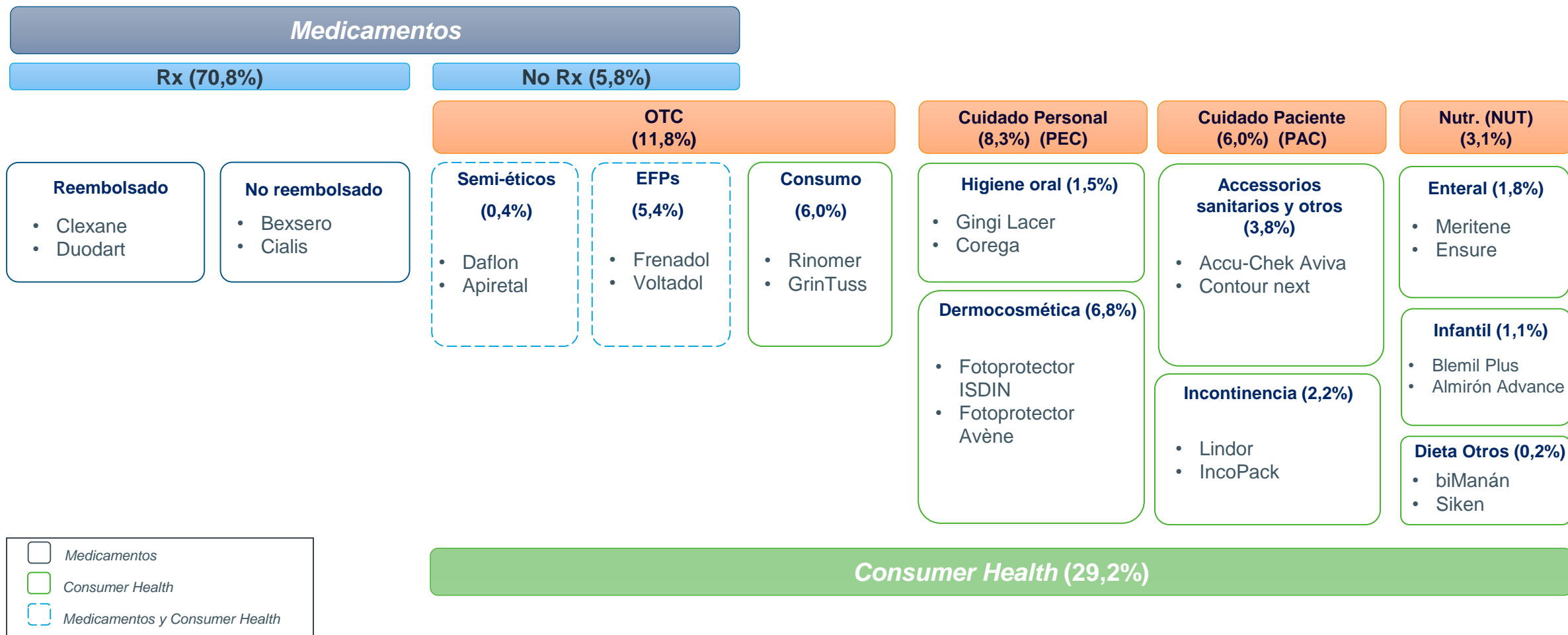
MAT/8/2018	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (%, €)
ANDALUCIA	4,0%	34,3%
COMUNIDAD VALENCIANA	3,0%	16,5%
MADRID	2,9%	16,7%
BALEARES	2,3%	2,3%
MURCIA	2,0%	3,0%
CATALUÑA	2,0%	13,9%
CANTABRIA	1,8%	1,2%
CASTILLA LEON	1,8%	4,4%
LA RIOJA	1,6%	0,5%
CASTILLA LA MANCHA	1,6%	3,1%
EXTREMADURA	1,3%	1,6%
ASTURIAS	0,8%	0,9%
ARAGON	0,6%	0,8%
ISLAS CANARIAS	0,4%	0,9%
GALICIA	0,1%	0,3%
PAIS VASCO	0,0%	0,0%
NAVARRA	-0,9%	-0,5%
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
- + Anexo
 - + El Mercado de los solares

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
 Consumer Health
 Medicamentos y Consumer Health

Los % se refieren al peso en valor de cada segmento a MAT 08/2018 sobre el mercado farmacéutico total
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 07/2018
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

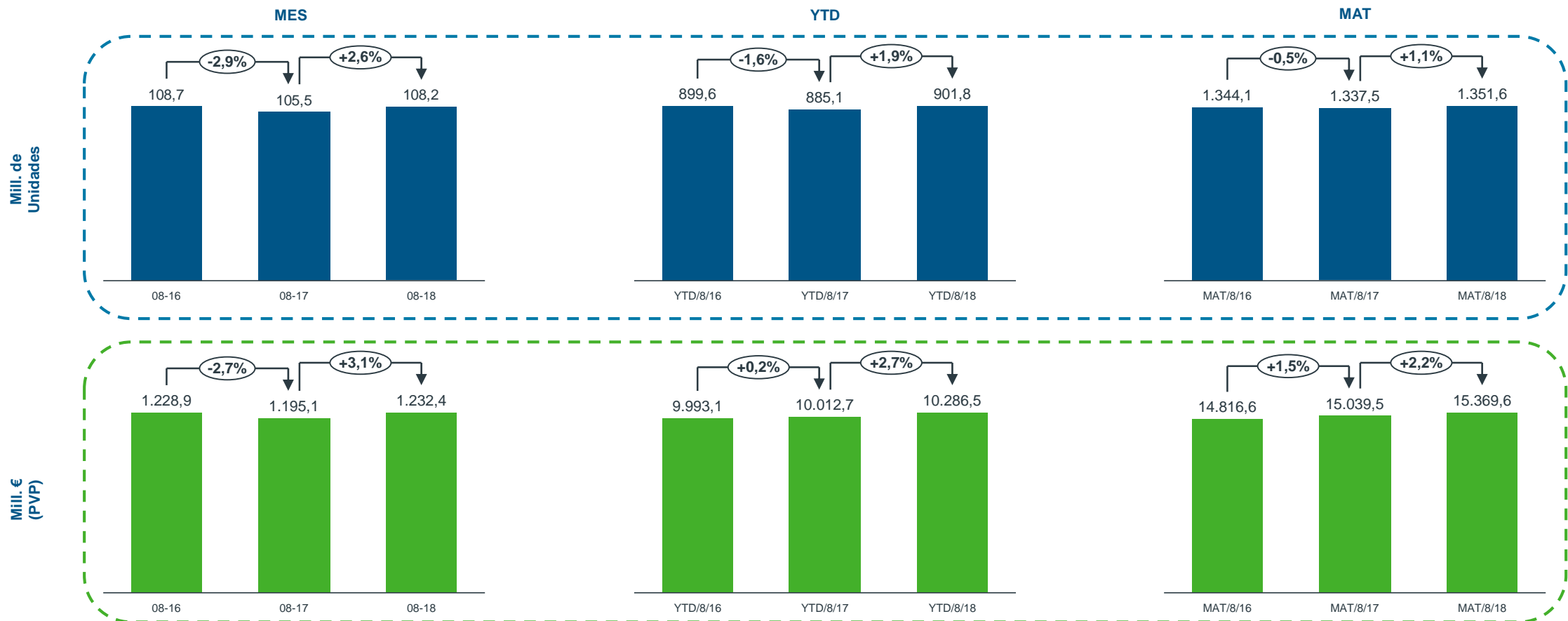
Índice

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

El mercado de medicamentos muestra crecimientos positivos tanto en valores como en unidades para todos los periodos analizados

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

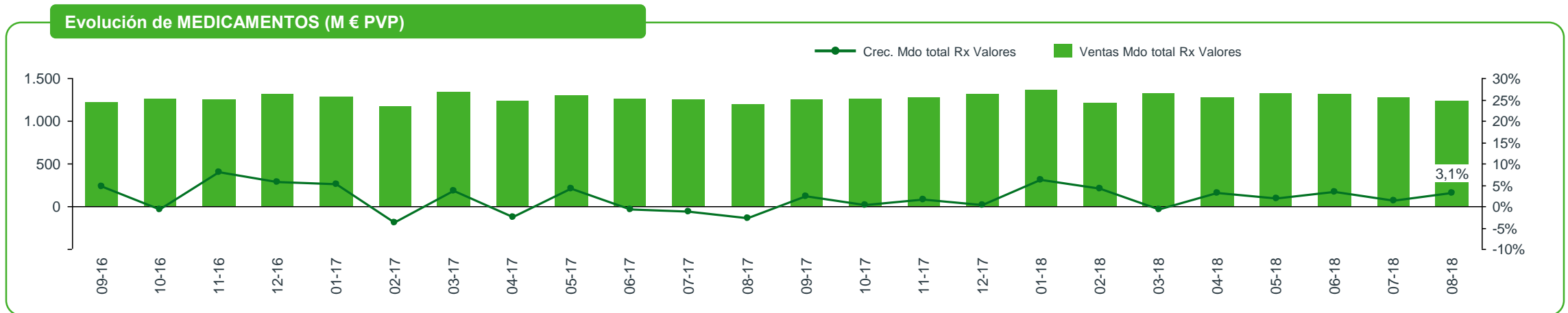
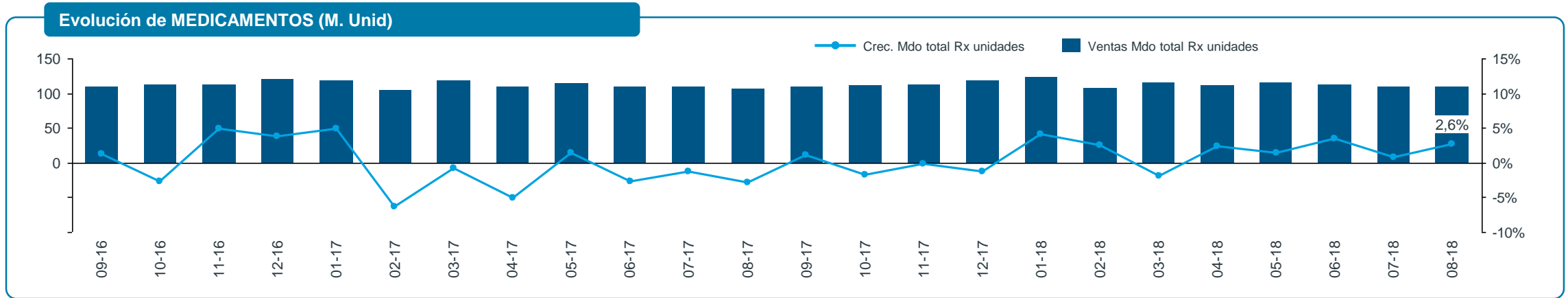
Mercado de Medicamentos



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

En el mes de agosto el mercado crece tanto en valores como en unidades

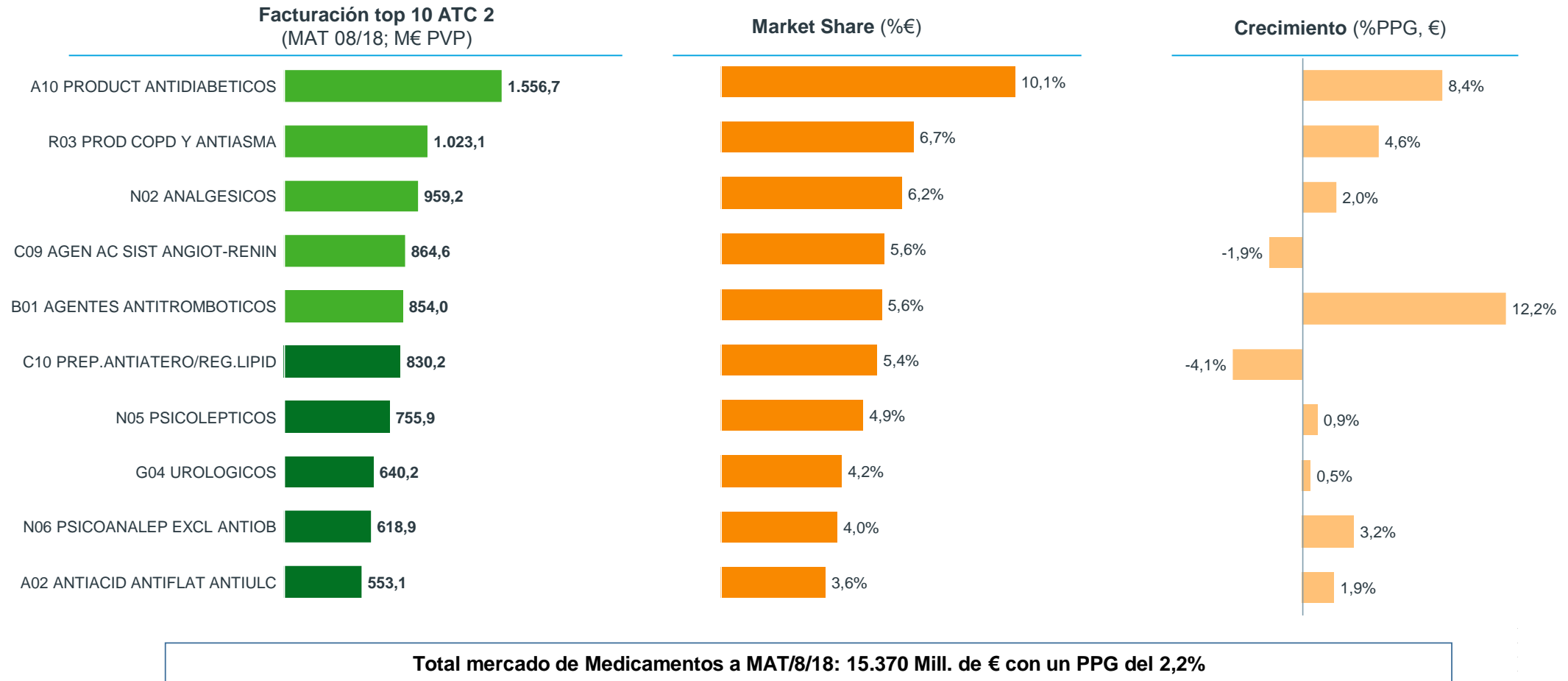
El mercado muestra una evolución positiva, acentuando la tendencia de julio



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

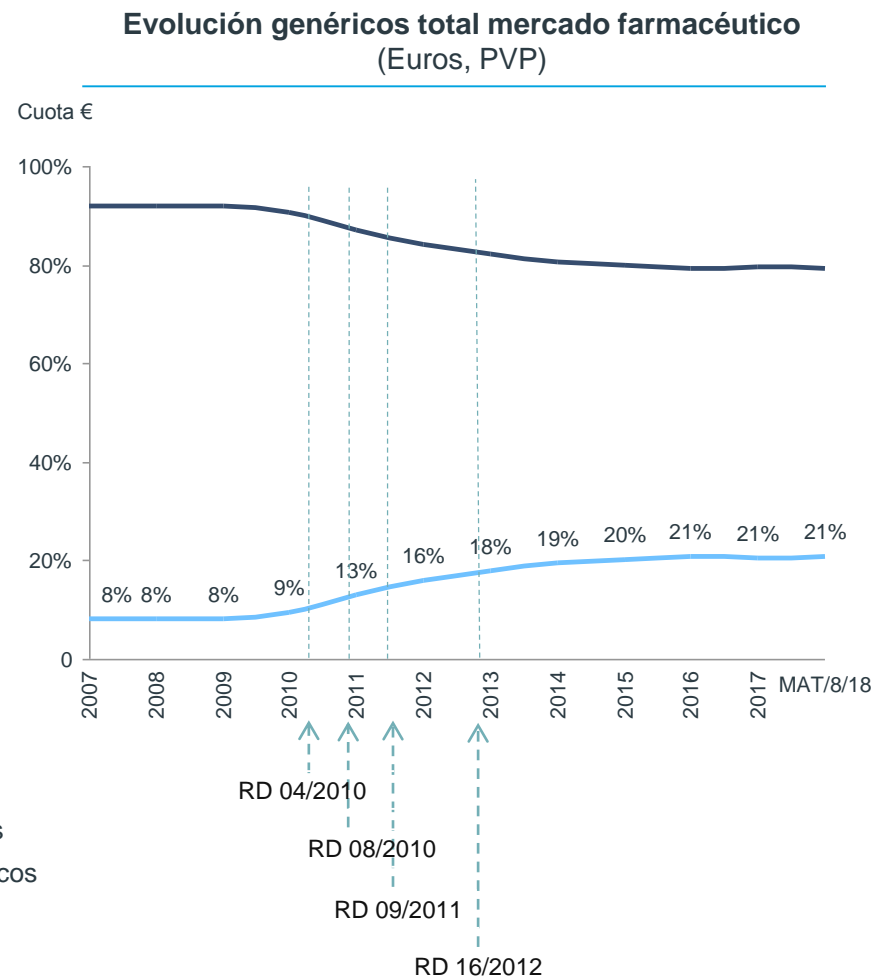
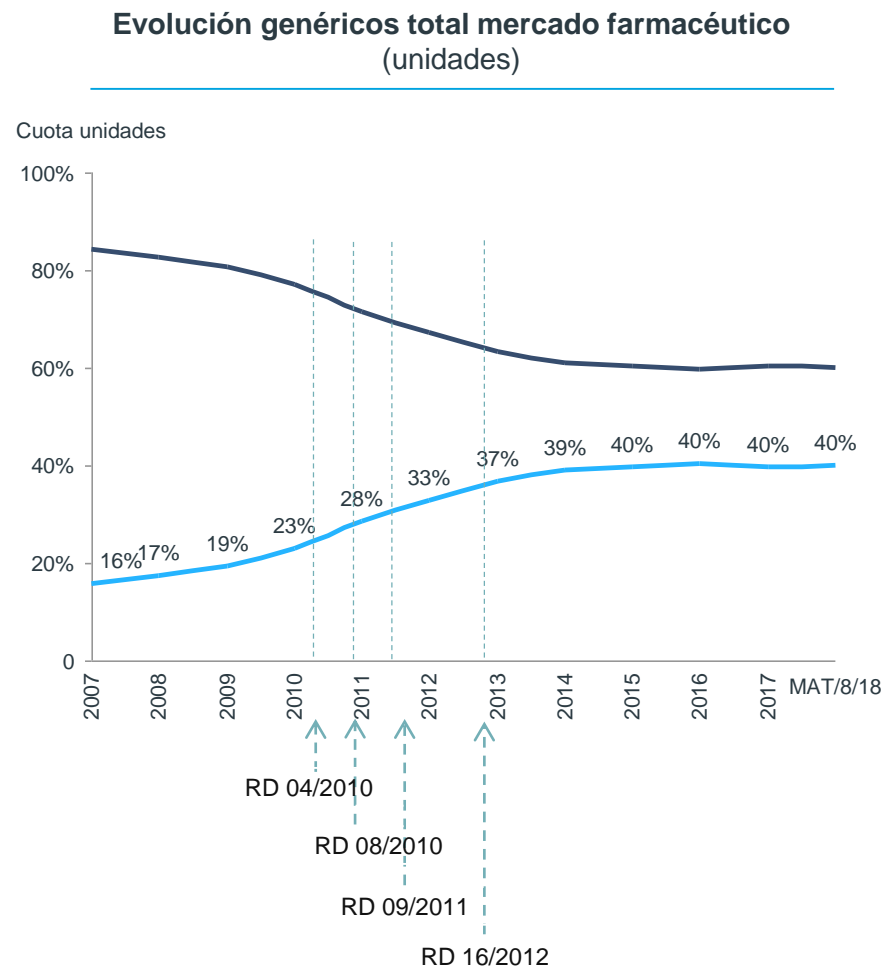
Los NACOs y los antidiabéticos son las clases que más contribuyen al crecimiento positivo del mercado de prescripción

Aunque Clexane es el producto con mayor facturación de la clase de antitrombóticos, es el único de los Top 5 que decrece. Eliquis y Xarelto muestran crecimientos positivos de doble dígito.



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

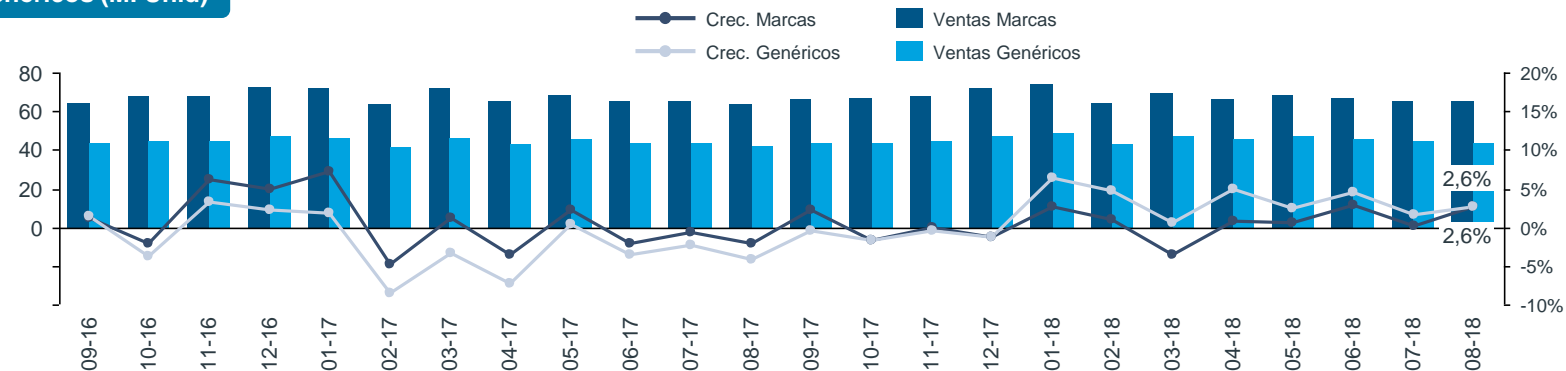
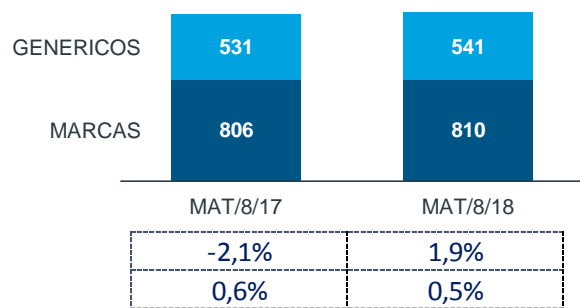


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

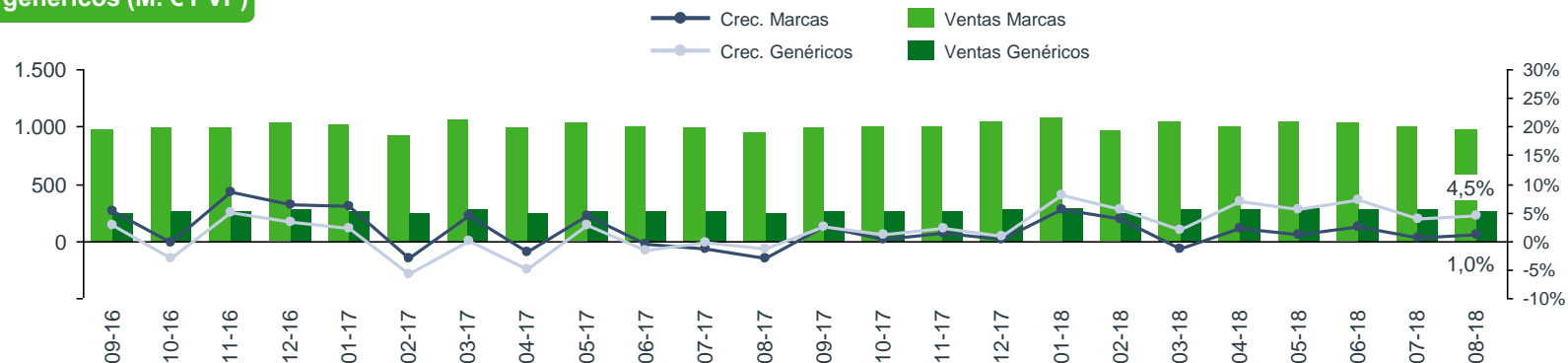
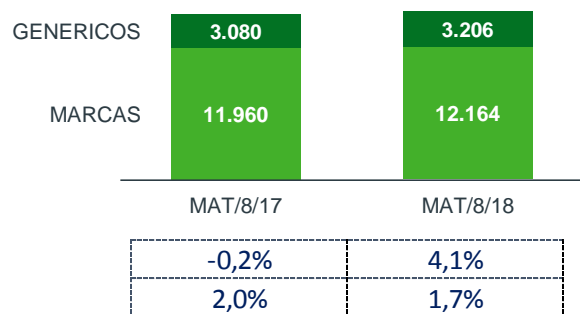
En el acumulado de los últimos 12 meses, los genéricos muestran crecimientos superiores a las marcas tanto en unidades como en valores

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

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

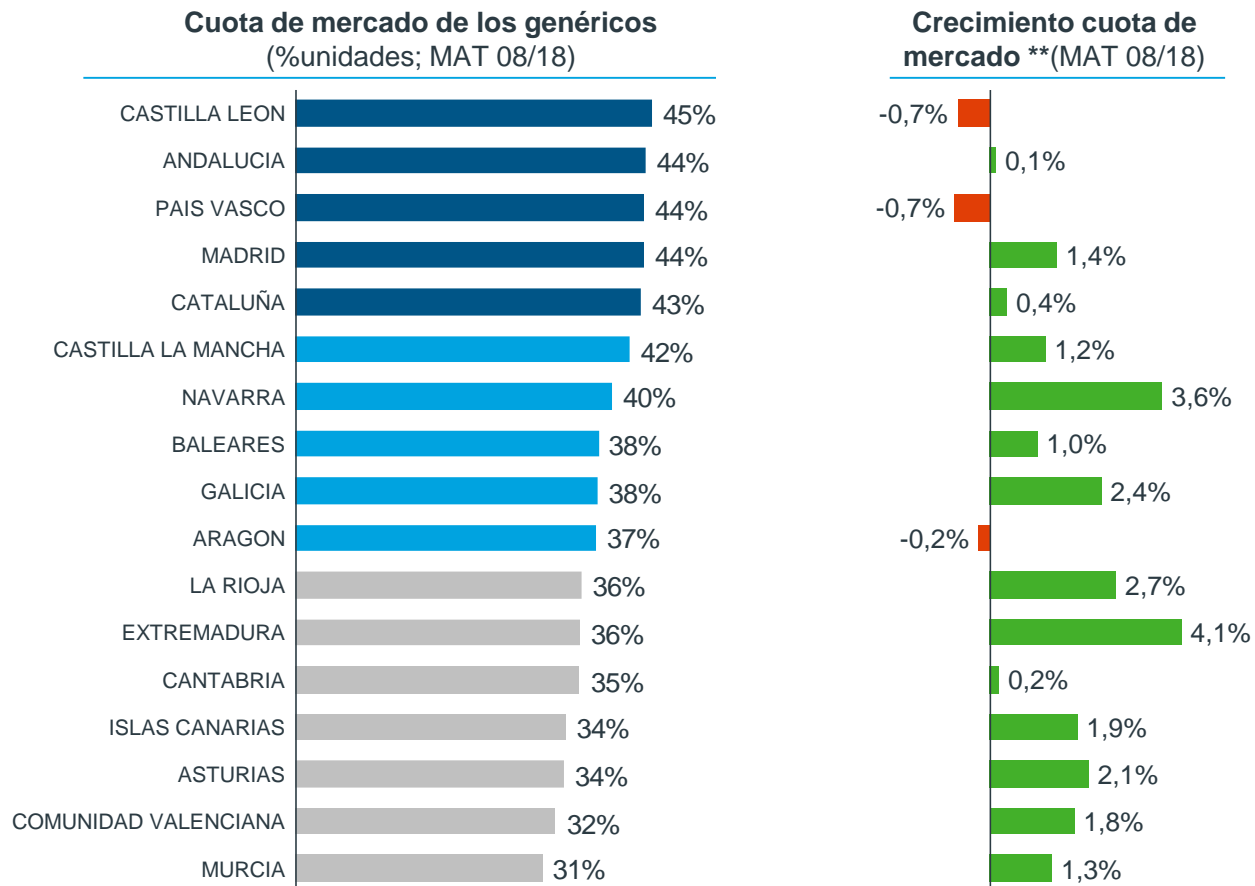
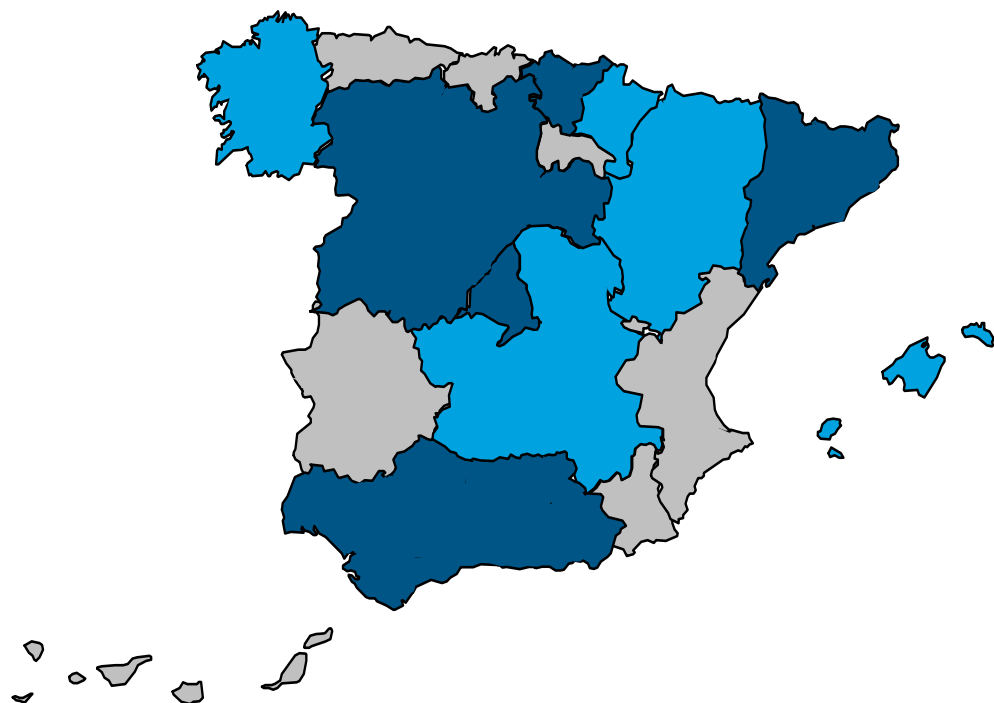


Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. € PVP)



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

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)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

**Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

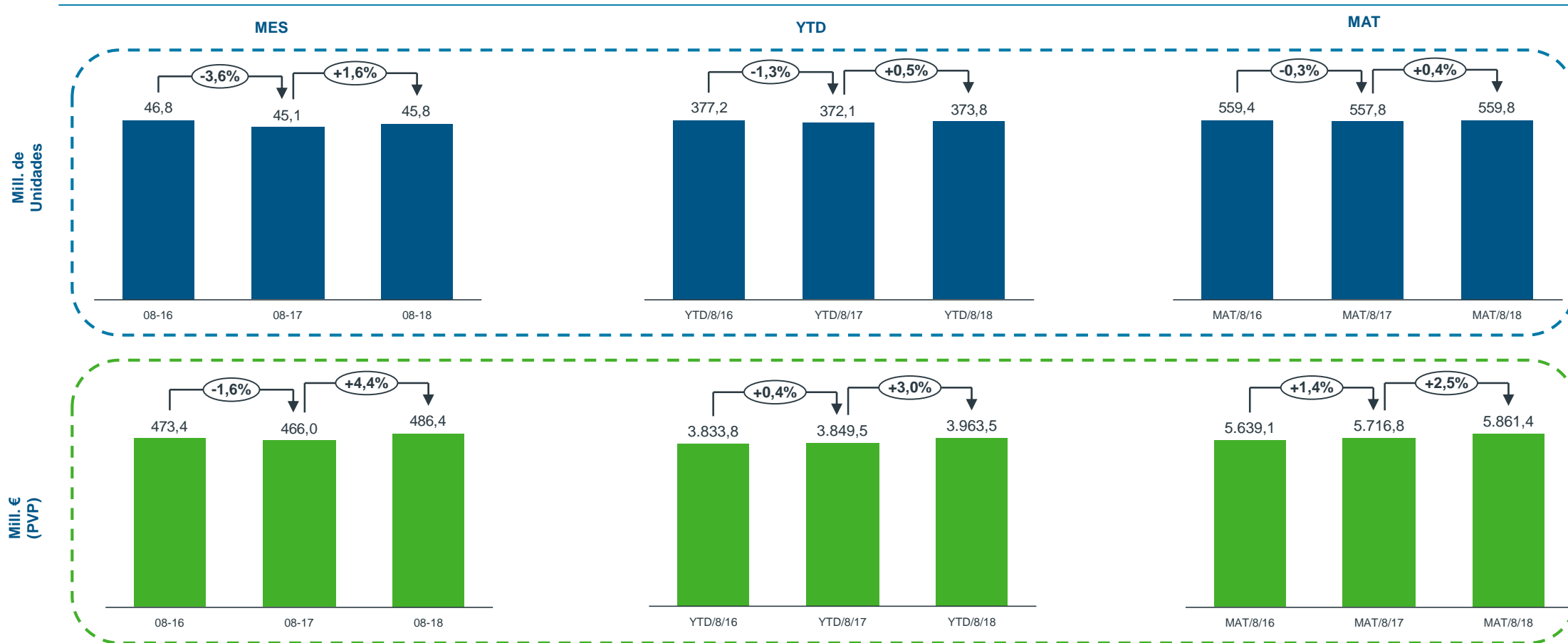
Índice

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

En el acumulado del año, Consumer Health muestra tendencias positivas en volumen (0,4%) y además ha acelerado su crecimiento en valores (+2,5%)

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

Mercado de Consumer Health

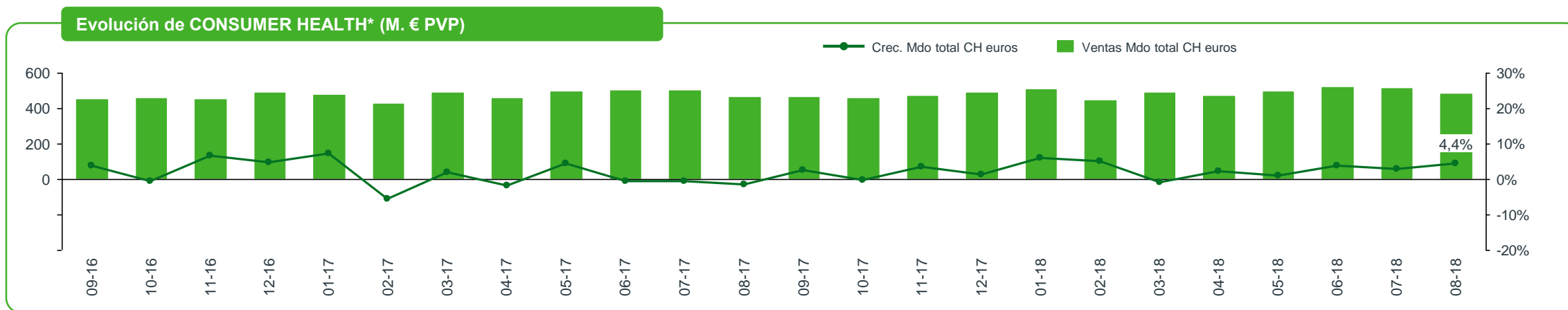
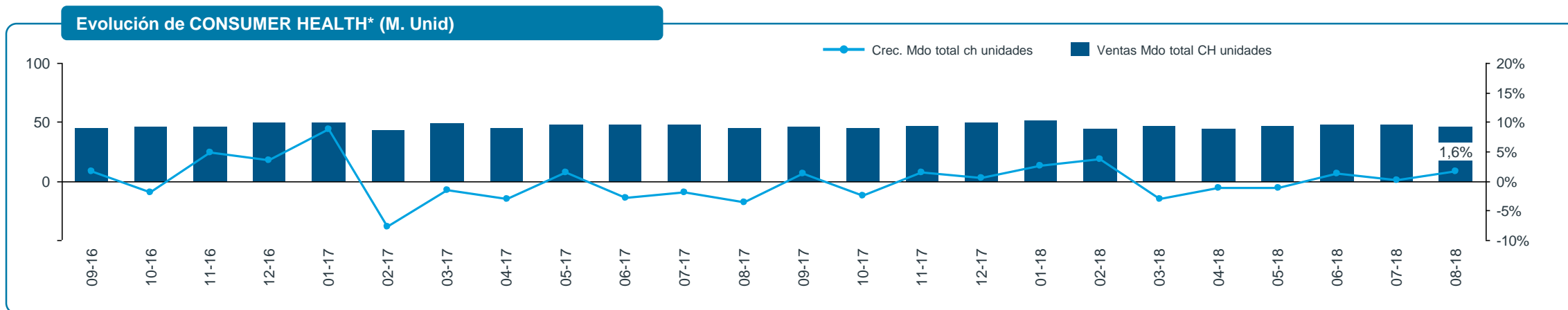


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semióticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de agosto un 4,4% en valores y un 1,6% en unidades

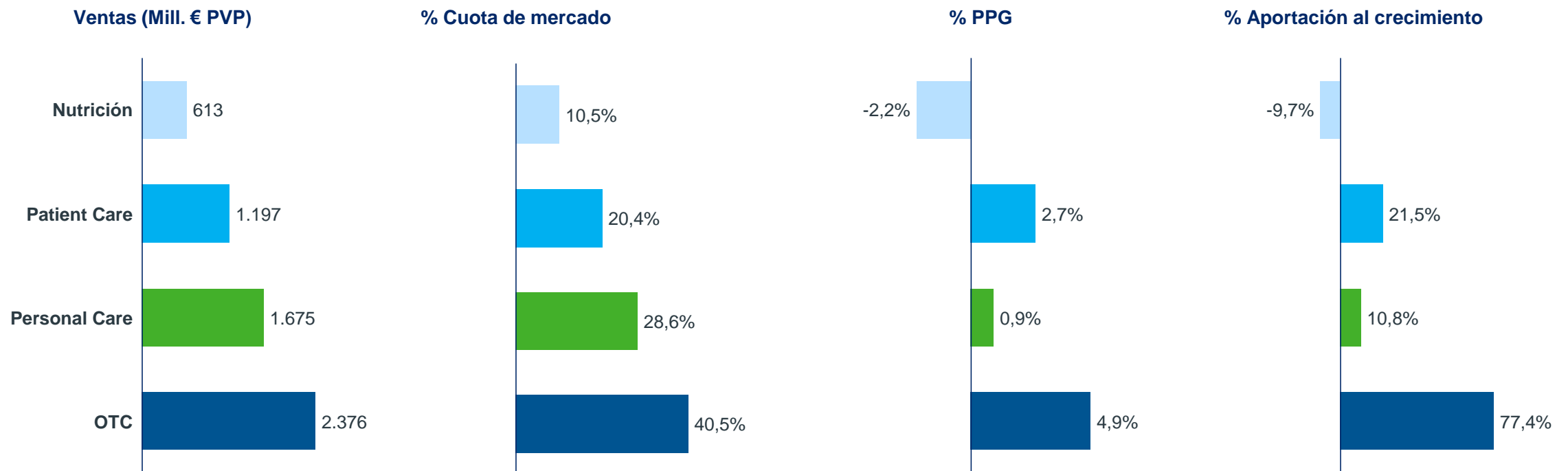


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

El 77,4% del crecimiento del mercado de CH proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición sigue con tendencias negativas

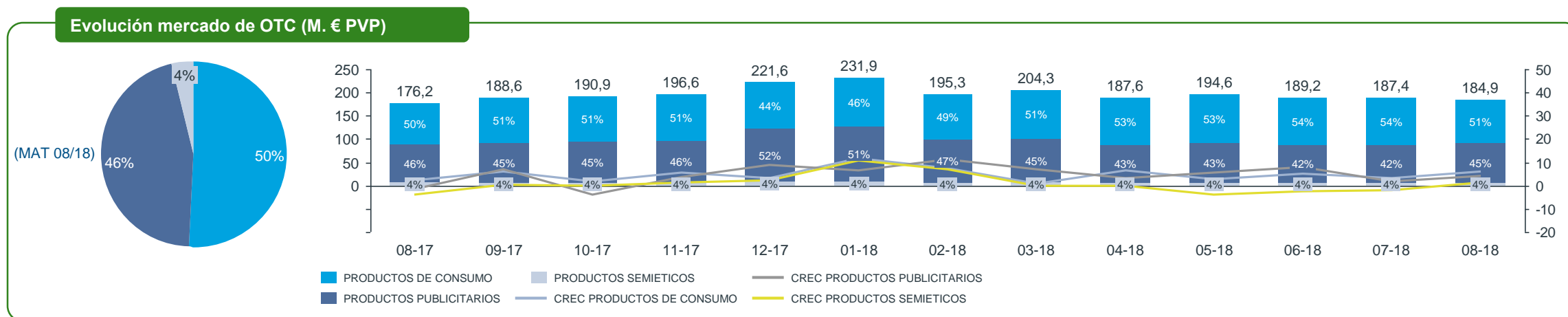
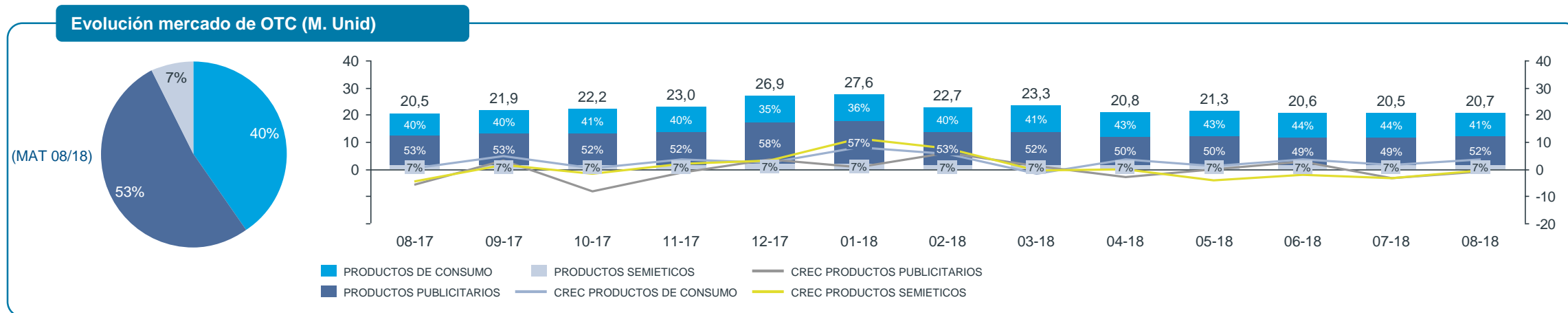
Mercado de Consumer Health (Mill.€ PVP, MAT 08/2018)



Total mercado Consumer Health a MAT/8/18: 5.861 Mill. de € con un PPG del 2,5%

Los productos de consumo son los que presentan mayor crecimiento durante el mes de agosto (6% en valores)

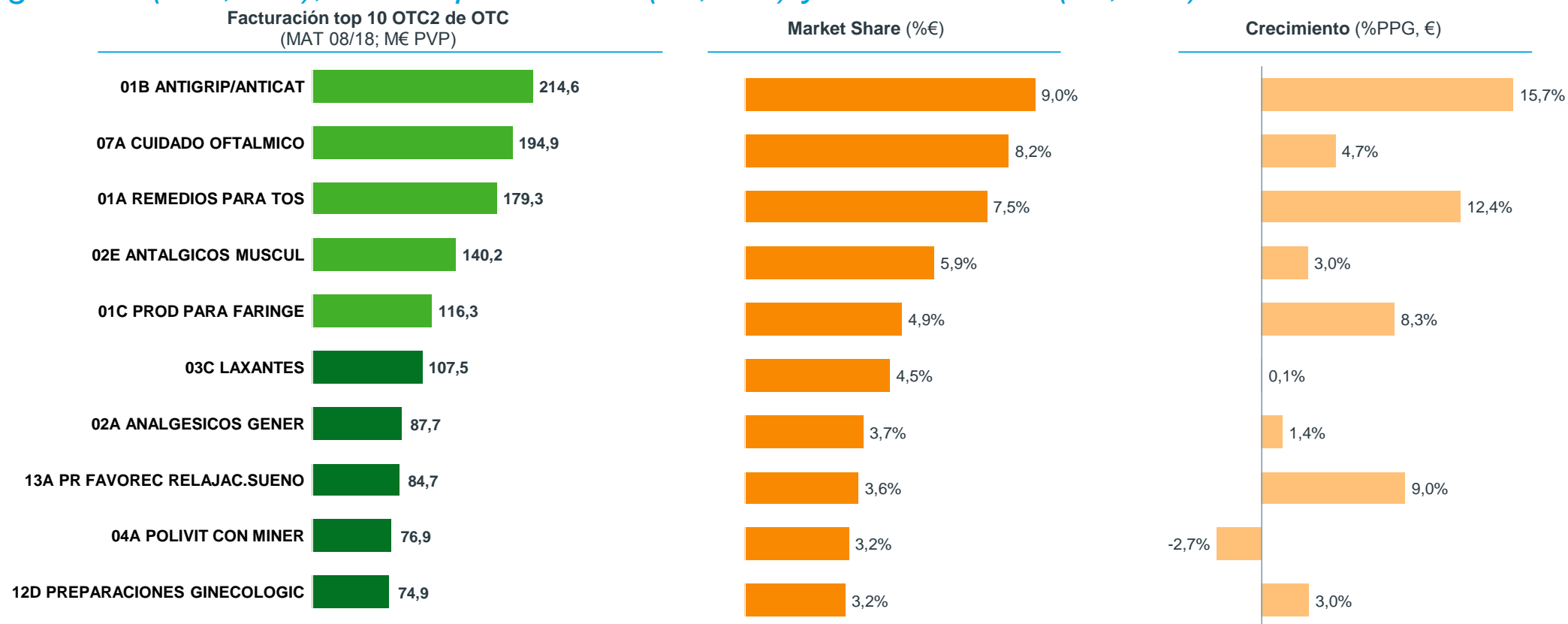
Flutox y Almax, con un crecimiento de doble dígito, son los Top 2 productos que más contribuyen al crecimiento positivo del segmento OTC



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

9 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los Polivitamínicos/Minerales los únicos que decrecen (-2,7%)

Fuera del Top 10 en ventas, destacan positivamente en aporte al crecimiento las clases de Probióticos digestivos (+10,4M€), Gastro-protectores (+7,3M€) y Antidiarreicos (+6,5M€)

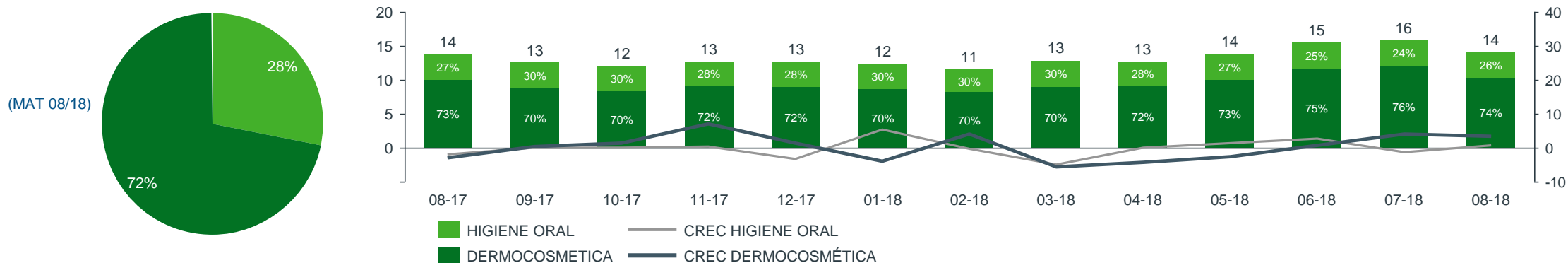


Total mercado OTC a MAT/8/18: 2.376 Mill. de € con un PPG del 4,9%

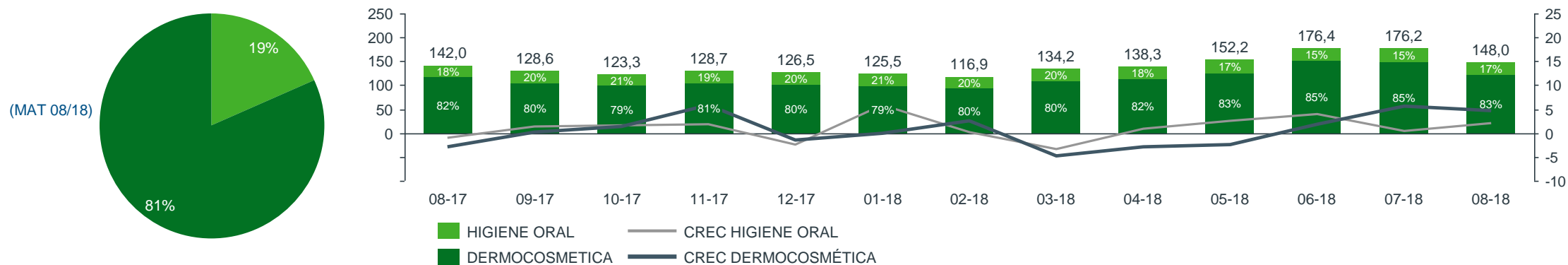
Ambos subsegmentos de PEC (Dermocosmética e Higiene Oral) muestran tendencias positivas en valores y unidades para el mes de agosto

Dentro del Top 10 laboratorios en el segmento PEC destaca Cantabria Labs con un crecimiento del 10,1% seguido de GSK Consumer Health (+7,2%)

Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. Unid)

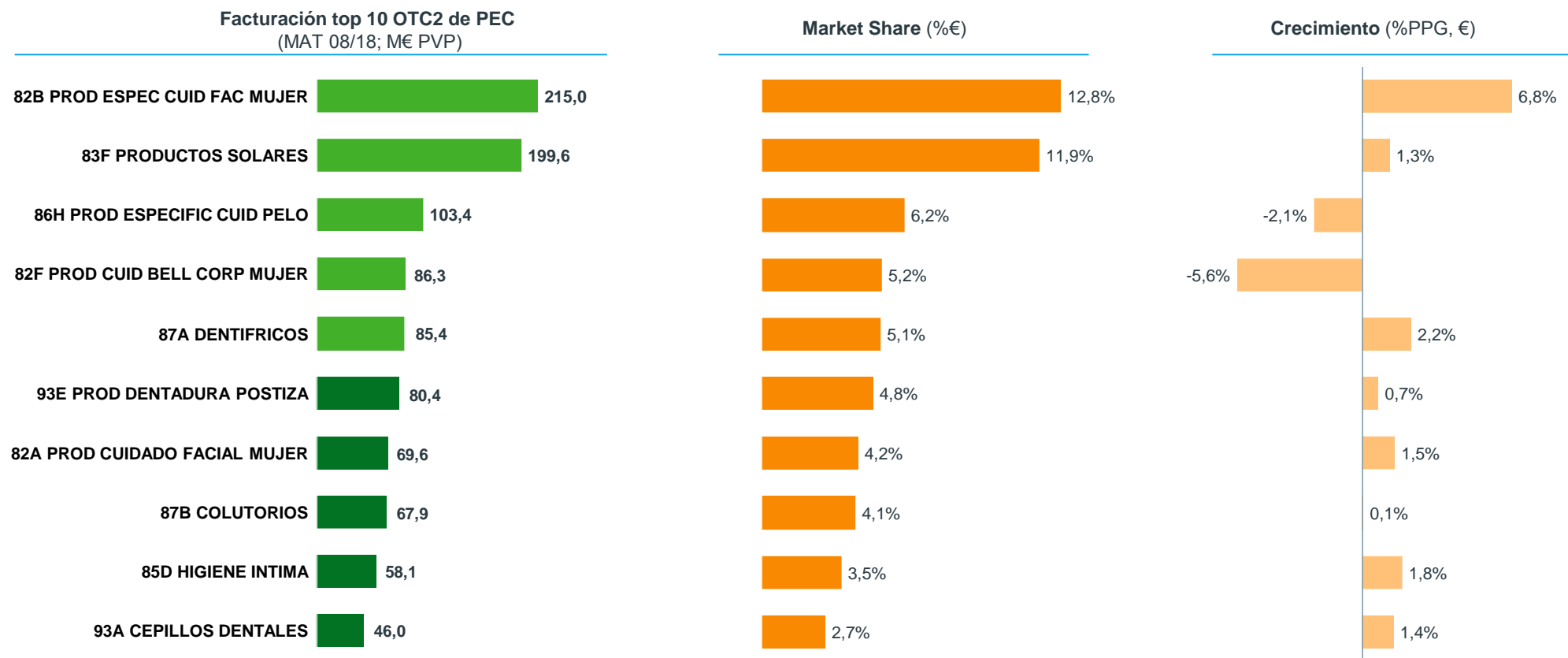


Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. € PVP)



La clase del segmento PEC con mayor cuota de mercado, cuidado facial de la mujer, presenta crecimientos positivos principalmente por Martiderm

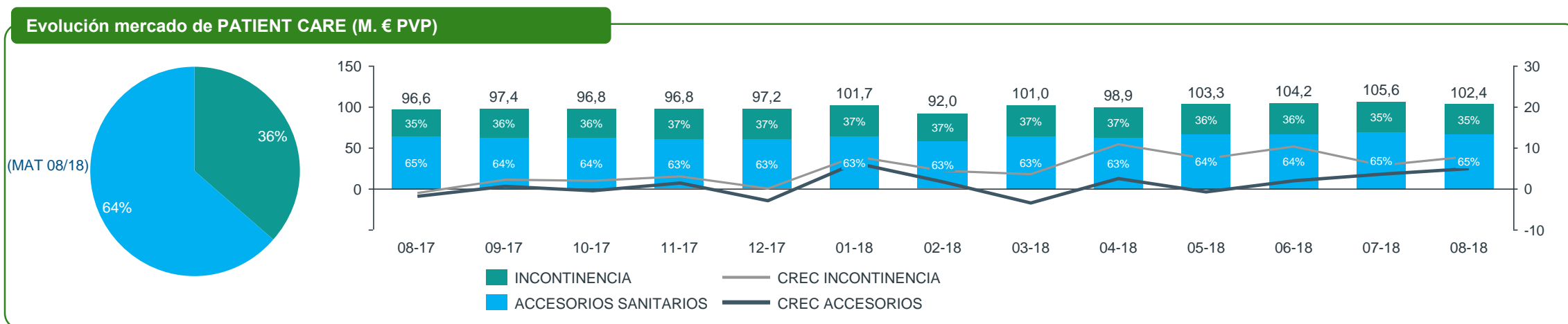
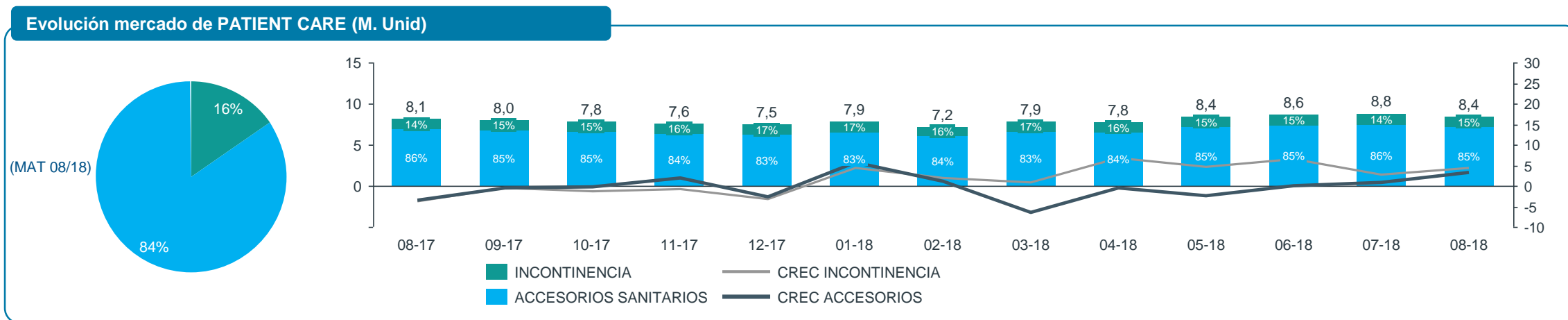
La OTC que más promueve el crecimiento negativo de los productos corporales es la clase de anticelulíticos, que decrece un 16,2%



Total mercado PEC a MAT/8/18: 1.675 Mill. de € con un PPG del 0,9%

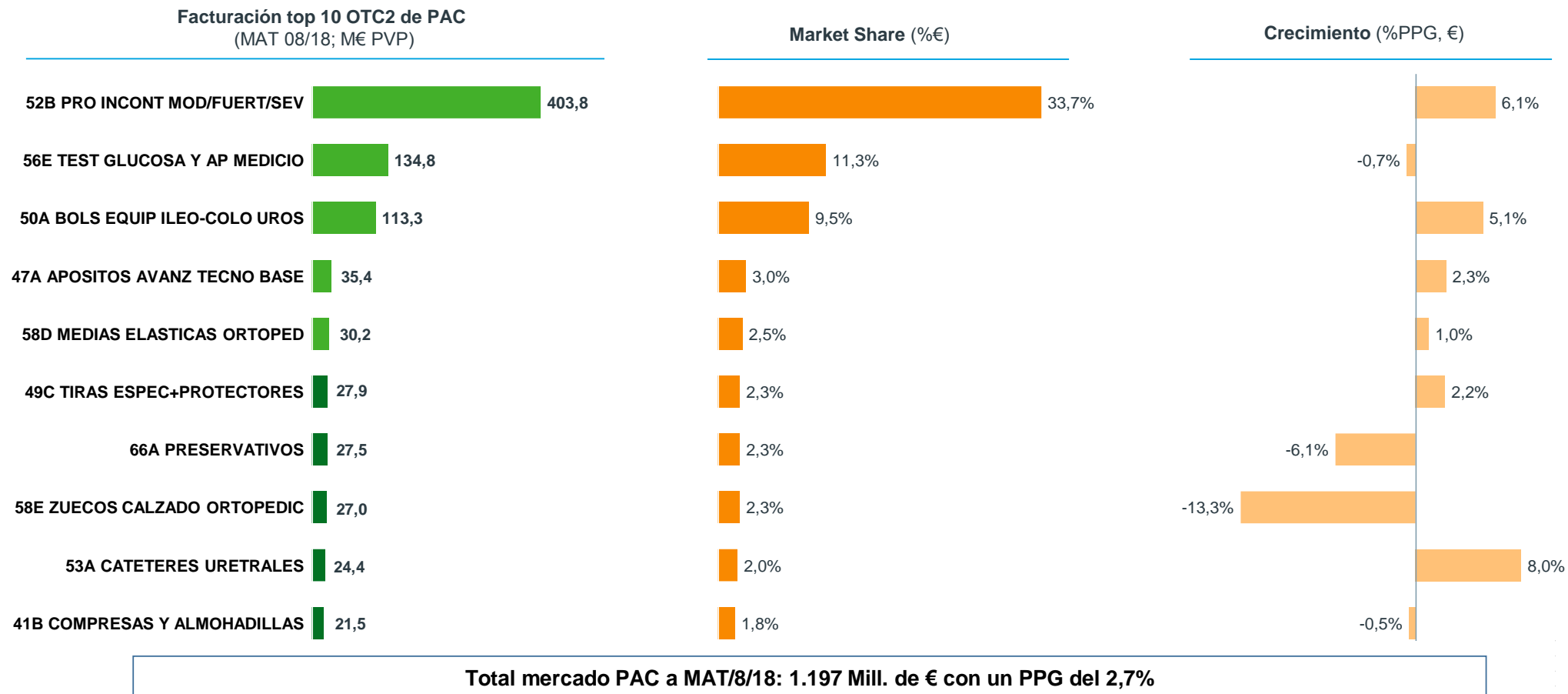
En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 64% del mercado de PAC en valores

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



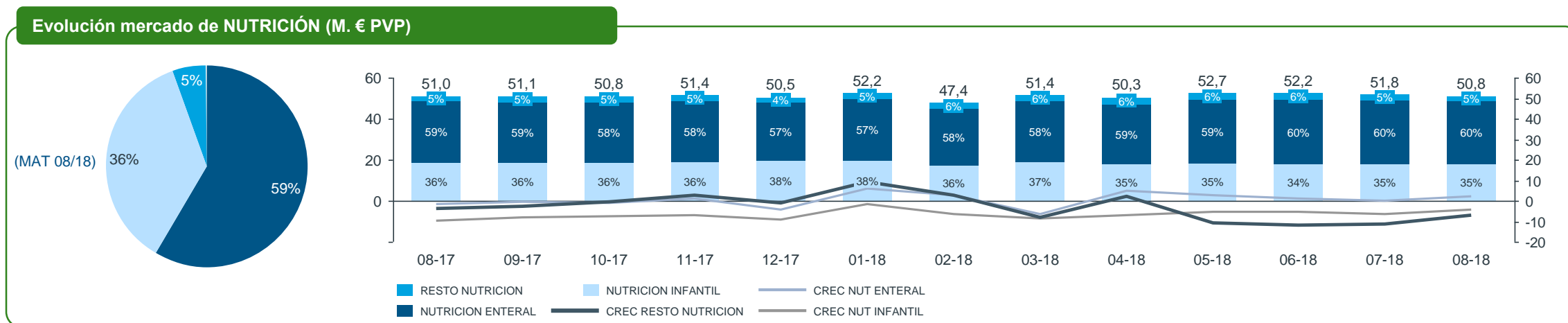
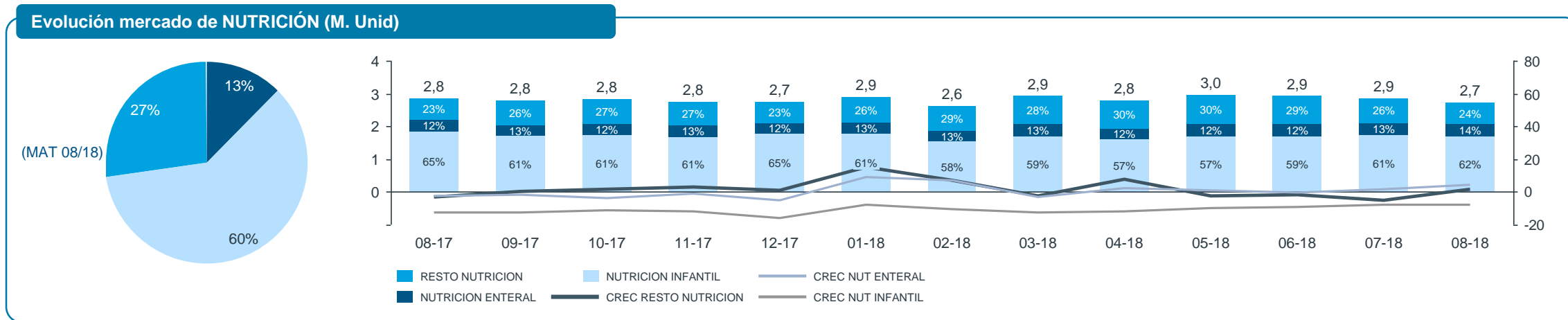
Incontinencia es la clase terapéutica con mayor cuota de mercado dentro de PAC (33,7%) y es también la que más aporta a este mercado (23,1 M€)

Las dos principales marcas que frenan el crecimiento del segmento de incontinencia son Tena (-15%) y Lindor (-11,4%)



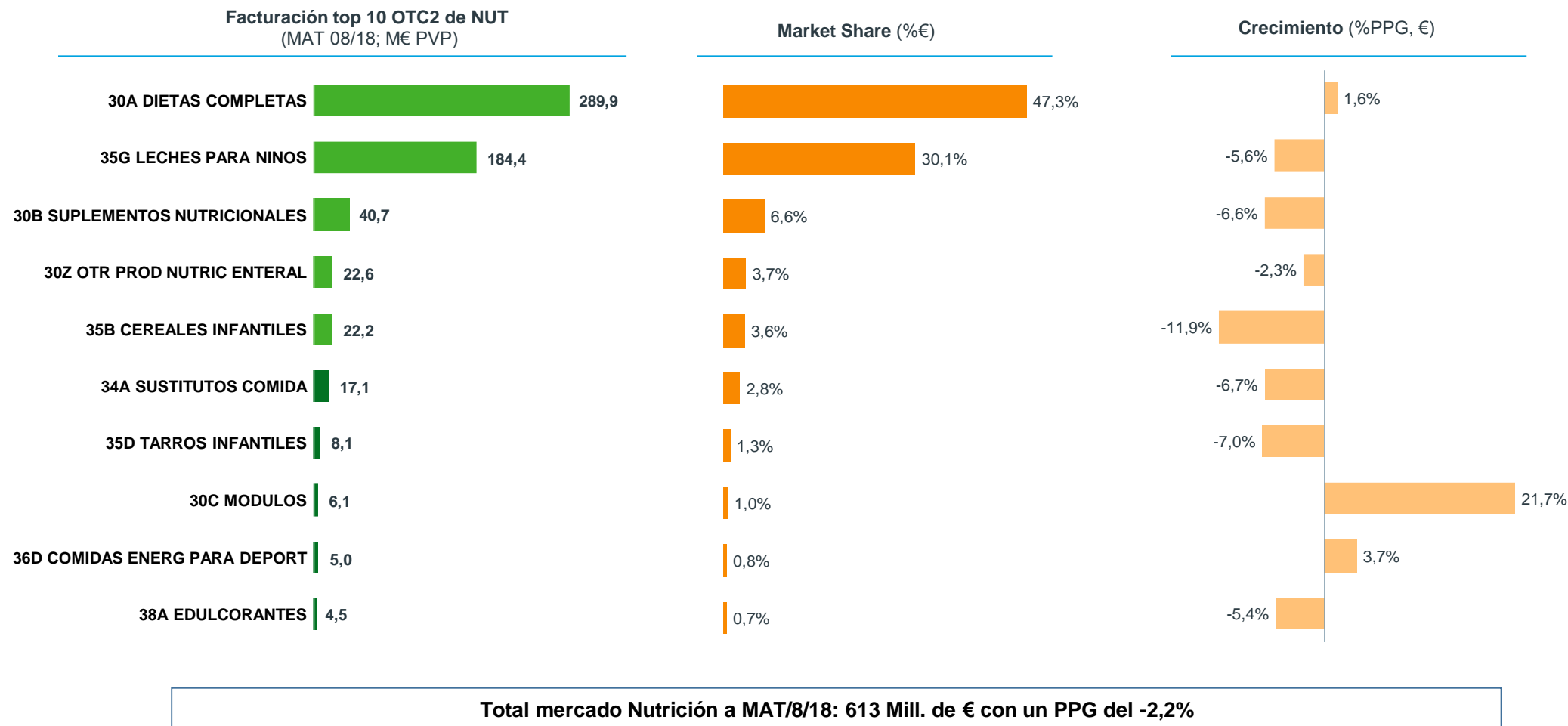
El decrecimiento de NUT en el acumulado de los últimos 12 meses se debe principalmente al decrecimiento de nutrición infantil

En agosto 2018, nutrición enteral crece un 2,3%; nutrición infantil decrece -4,1% y el resto nutrición decrece un -7% en valores



El mercado de Nutrición decrece 14,1M €, siendo la Leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-5,6%, -10,9M €)

Dietas Completas sigue siendo la clase terapéutica con mayor peso (47,3%) con un crecimiento del 1,6% para el periodo analizado



Índice

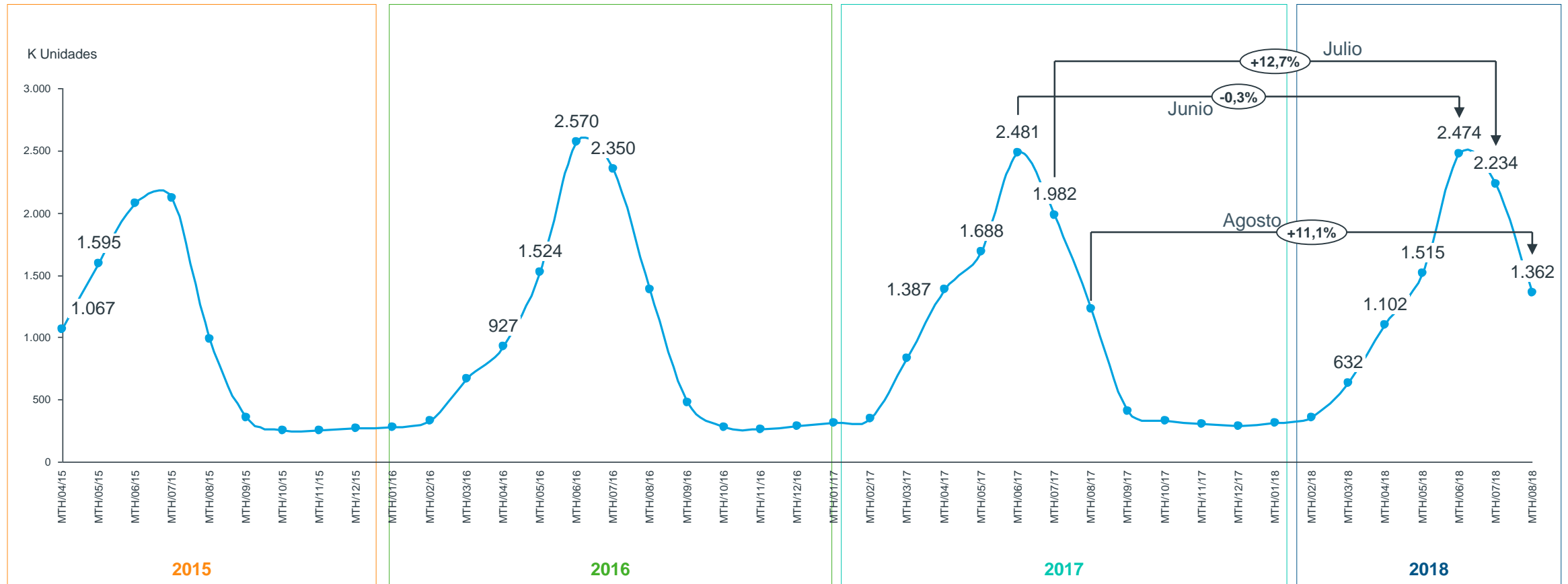
- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + **Anexo**
 - + **El Mercado de los solares**

El Mercado de los Solares

La estacionalidad de los productos solares se concentra en los meses de verano, cambiando en función de la climatología

El mes de agosto 2018 sigue con la bajada del pico de junio, aunque muestra un crecimiento de doble dígito vs el mismo periodo del año anterior.

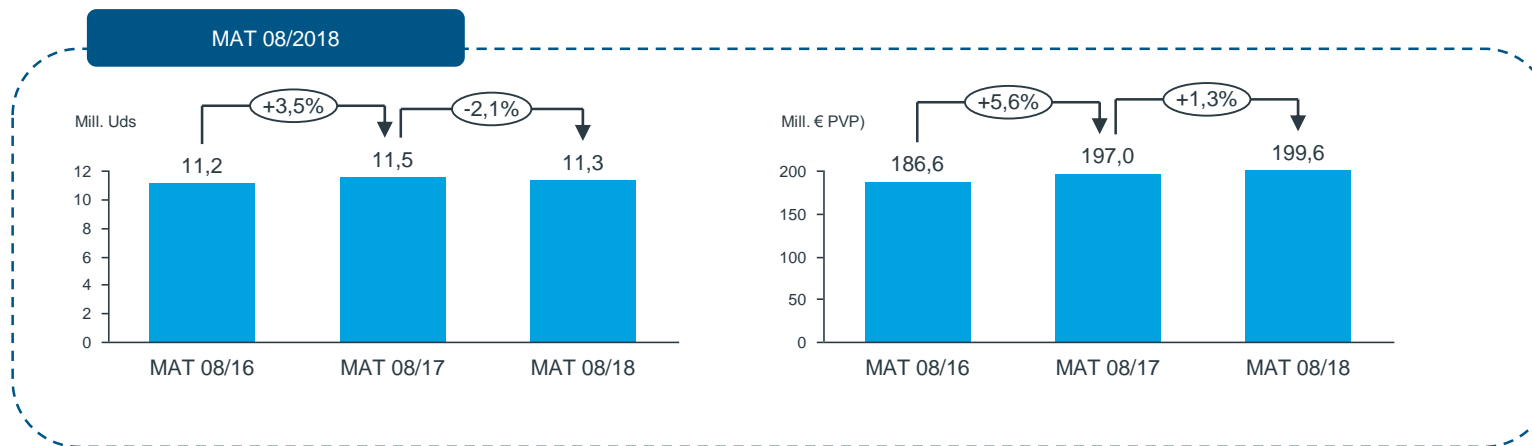
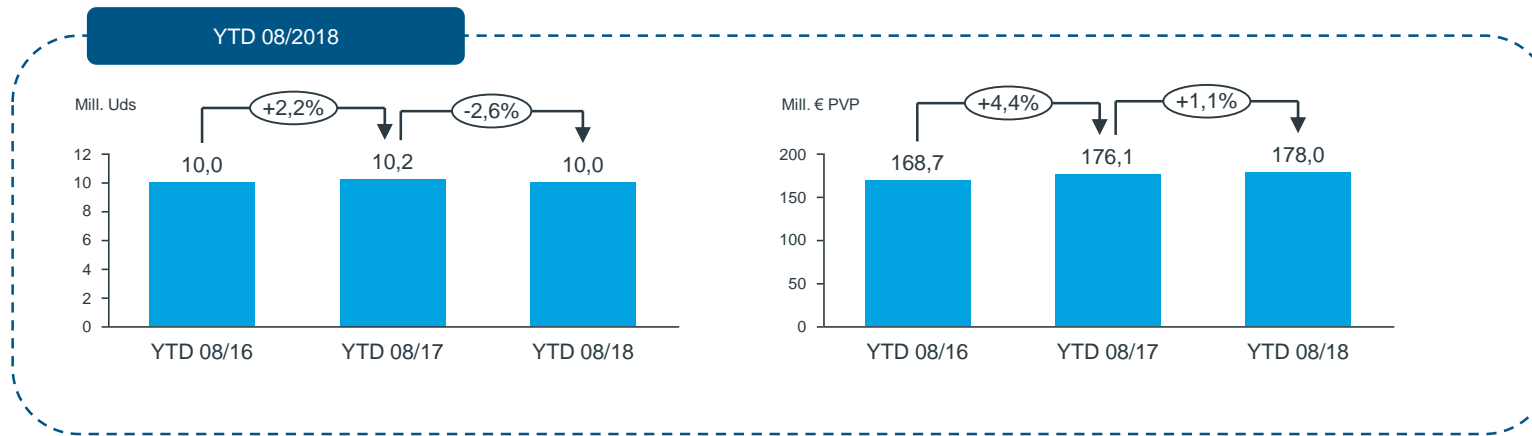
Evolución mensual del Mercado de solares: clase 83F PRODUCTOS SOLARES (04/2015-08/2018, unidades)



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
 Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

La climatología ha provocado una bajada de las ventas en unidades en el acumulado desde el inicio de año

Considerando el último MAT, el balance también es negativo en unidades pero positivo en valores



Actualmente PEC crece 0,9% en valores. Este crecimiento viene promovido, entre otras categorías, por la clase de solares, que crece un 1,3% en valores en los últimos doce meses acumulados.

El mercado sigue mostrando una evolución incremental en los precios medios.

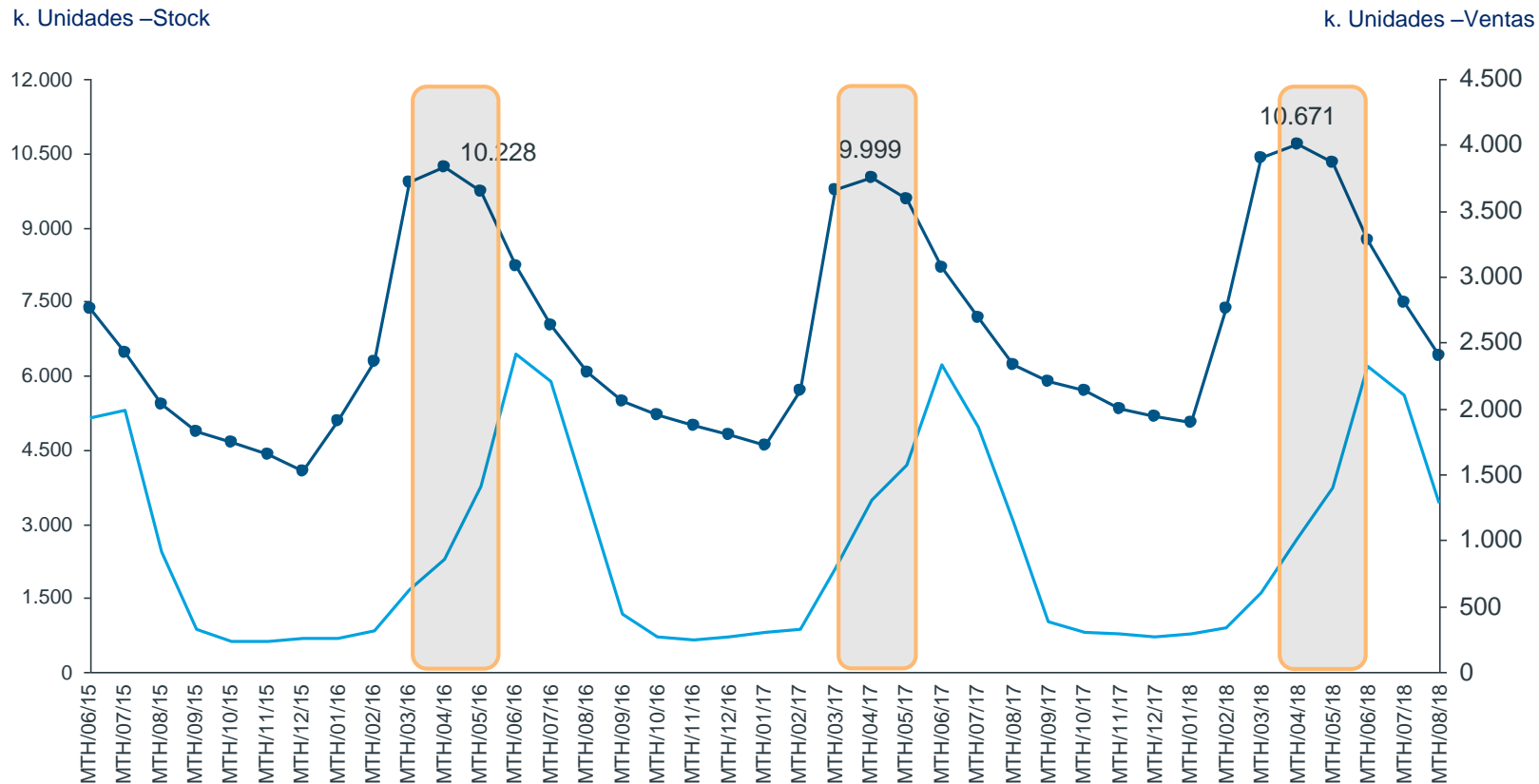
Evolución del precio medio		
YTD 08/16	YTD 08/17	YTD 08/18
16,8	17,2	17,8

Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias
 Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

La campaña de preventa por parte de los laboratorios no se ha visto afectada

Los laboratorios han tenido éxito en la precampaña solar con la cargada del canal

Evolución mensual del Stock del mercado Solar en Farmacia



Las campañas de preventa de solares comienzan en febrero y alcanzan su pico máximo en farmacia en abril.

Observamos que el volumen de stock en 2018 es mayor que en los últimos años, alcanzando en abril el mayor pico de stock observado en el histórico.

Si el stock no se consume, podría afectar la dinámica de la campaña 2019.

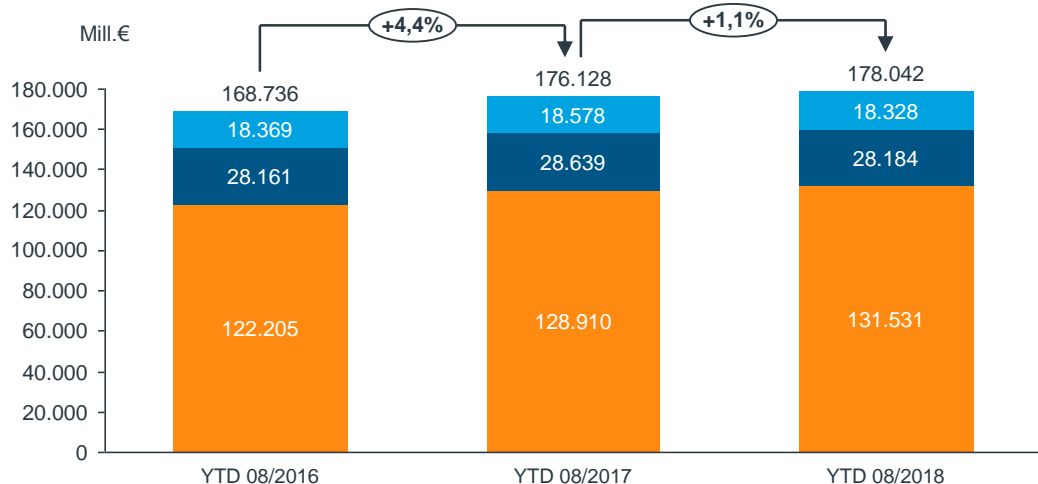
— Sales Units —●— Stock Units

Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias
 Clase analizada: 83F2, F4 y F6

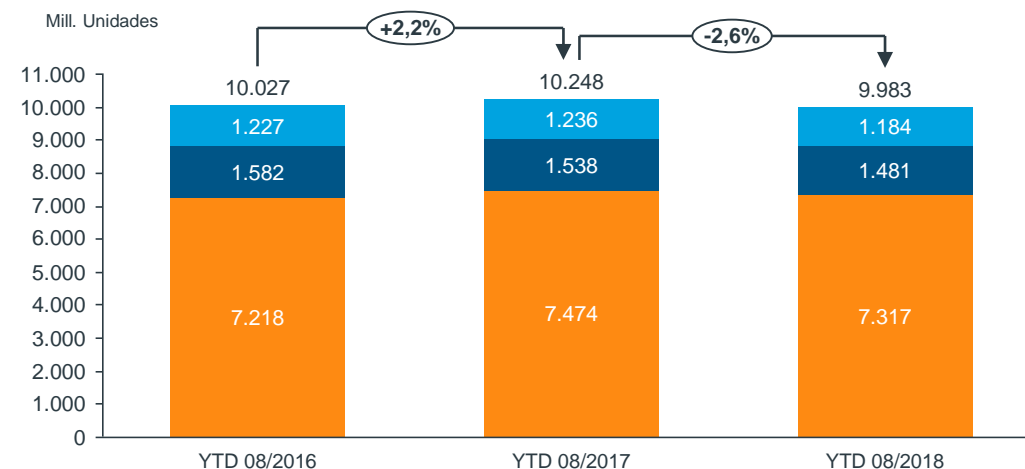
El mercado de solares crece en valores pero decrece en unidades en los 8 primeros meses de 2018 gracias al segmento de solares para adultos

El aumento de precios explica esta situación

Evolución del Mercado de solares (Mil. € PVP, YTD 08/2018)



Evolución del Mercado de solares (Mil. UDS, YTD 08/2018)



	% Crec. YTD 08/2017 vs. YTD 08/2016			% Crec. YTD 08/2018 vs. YTD 08/2017		
	Δ valores	Δ unidades	Δ Av.Pvp	Δ valores	Δ unidades	Δ Av.Pvp
■ Otros productos solares*	1,14%	0,71%	0,43%	-1,35%	-4,15%	2,92%
■ Protector solar niños	1,70%	-2,80%	4,63%	-1,59%	-3,71%	2,20%
■ Protector solar adultos	5,49%	3,56%	1,86%	2,03%	-2,10%	4,22%

Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

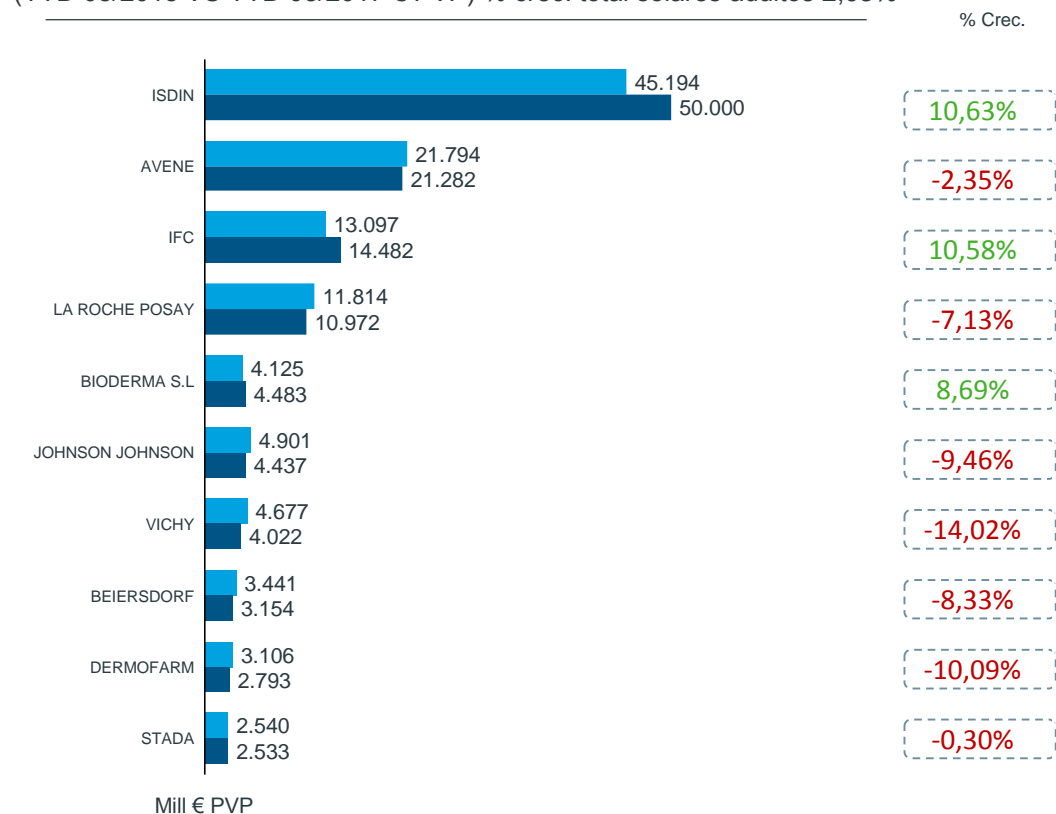
Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

*Otros incluye : solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros

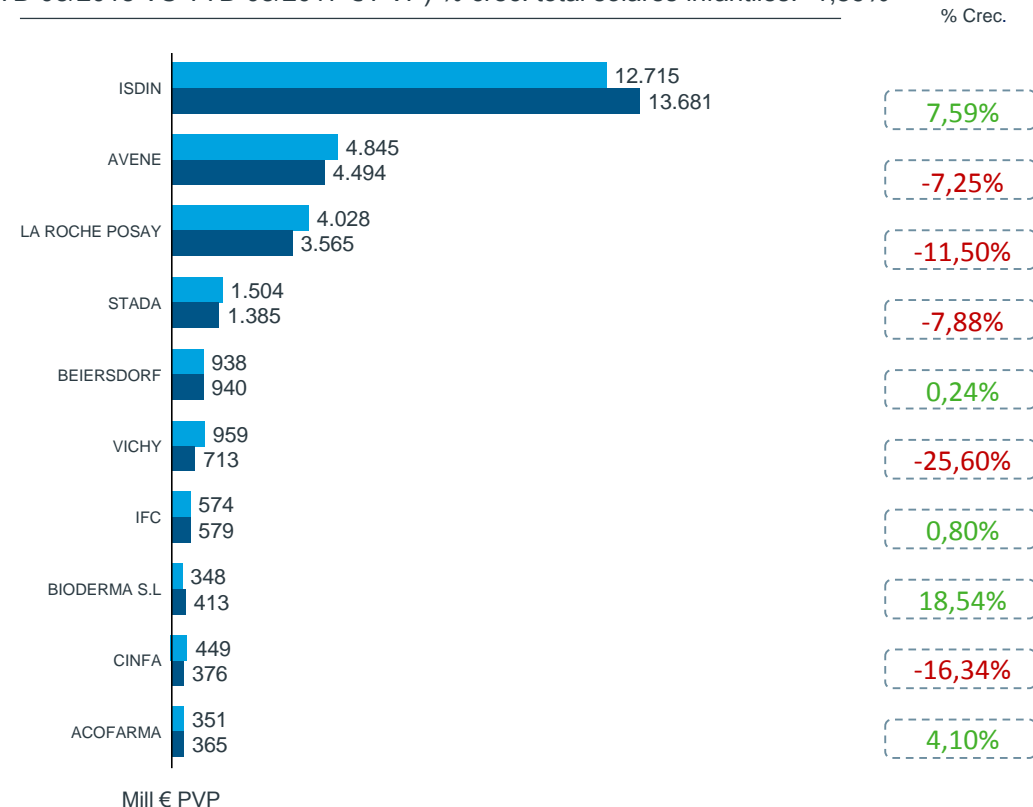
Muchos de los top 10 Manufacturers tanto de productos solares adultos como infantiles presentan decrecimientos importantes

...sólo ISDIN, IFC y BIODERMA muestran crecimientos positivos para solares de adultos y niños

Evolución top 10 laboratorios solares adultos
(YTD 08/2018 VS YTD 08/2017 € PVP) % crec. total solares adultos 2,03%



Evolución top 10 laboratorios solares infantiles
(YTD 08/2018 VS YTD 08/2017 € PVP) % crec. total solares infantiles: -1,59%



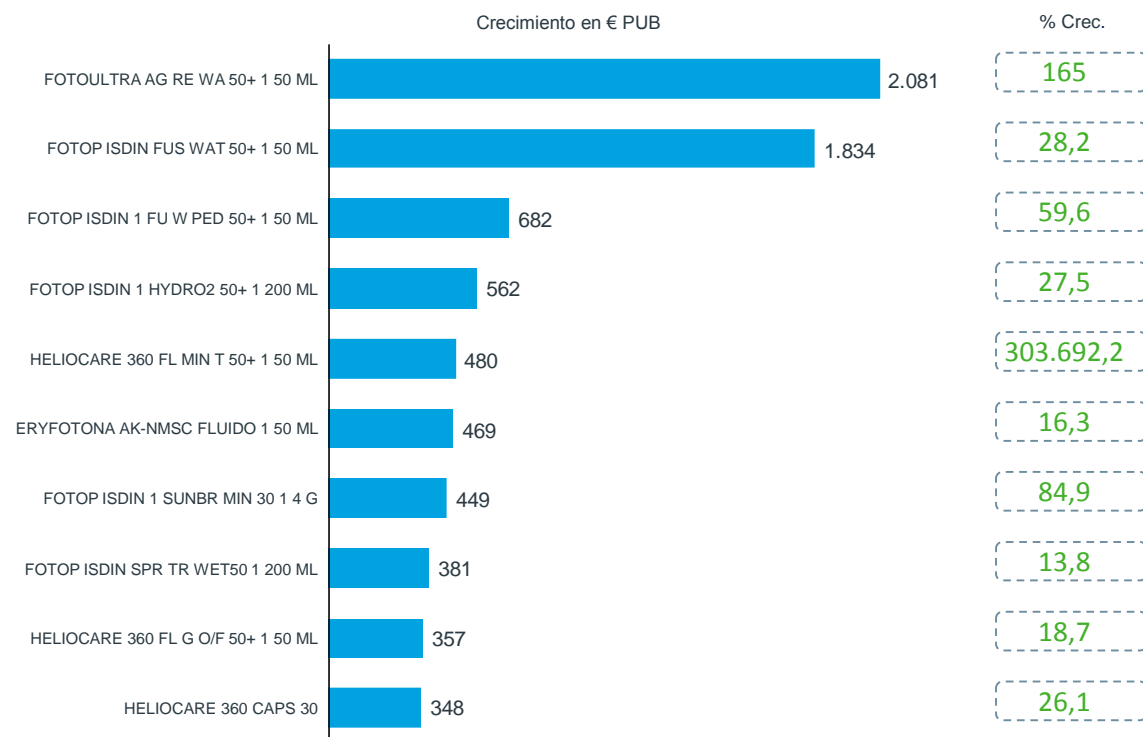
■ YTD 08/2017 ■ YTD 08/2018

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
Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

Dentro de solares, los productos innovadores muestran crecimientos positivos favoreciendo el crecimiento en valores de la categoría

Dentro del top 10 packs con mayores crecimientos, 7 pertenecen laboratorios ISDIN y otros 3 a IFC

Top 10 packs en base al crecimiento en valores Euros (MAT 08/18 vs MAT 08/17)



Conclusión: aunque el inicio de la campaña de solares apuntaba a una mala temporada, mostrando crecimientos negativos para abril (-20.7%) y mayo (-10,4%), los meses de julio y agosto han revertido esta tendencia con crecimientos a doble dígito.

Estas cifras han favorecido que el balance de la campaña solares no haya sido tan negativo con un decrecimiento en volumen de 2.6% y un crecimiento en valores de +1.1% en YTD 08/2018

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de agosto 2018

Septiembre 2018