



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de mayo 2018

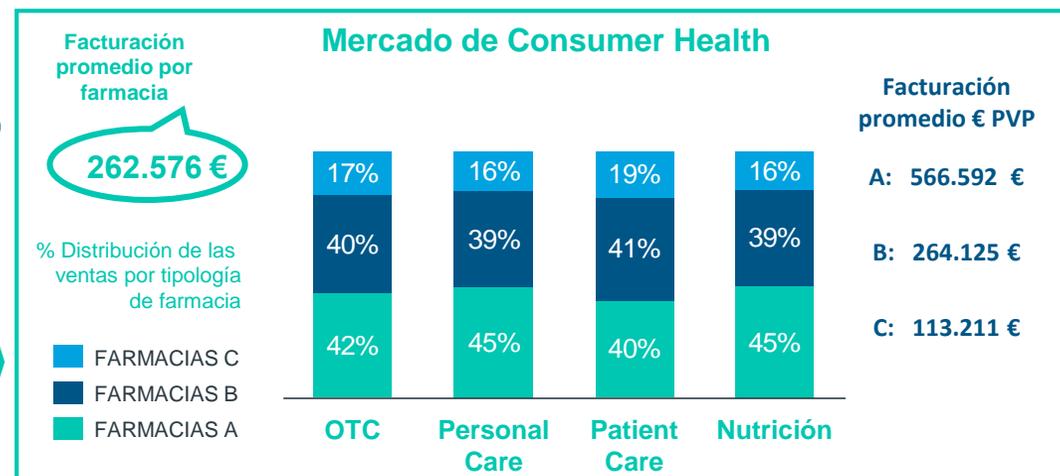
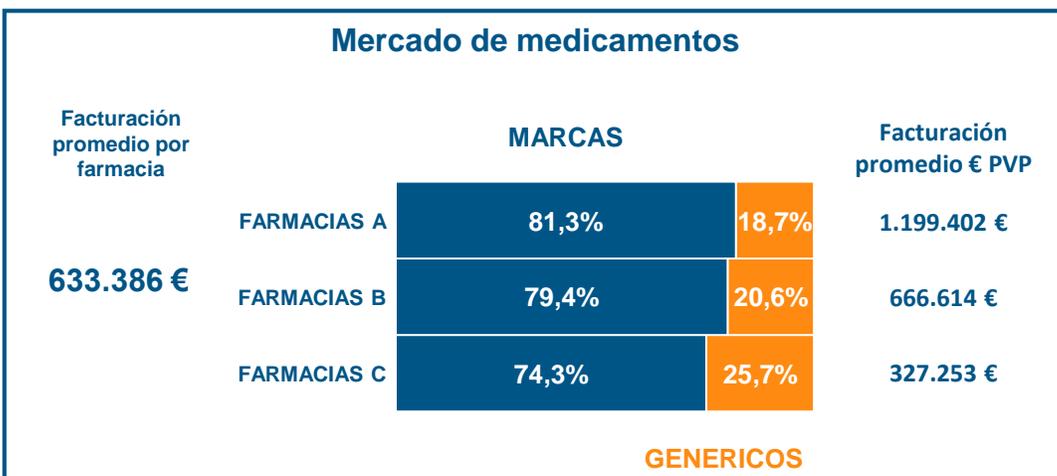
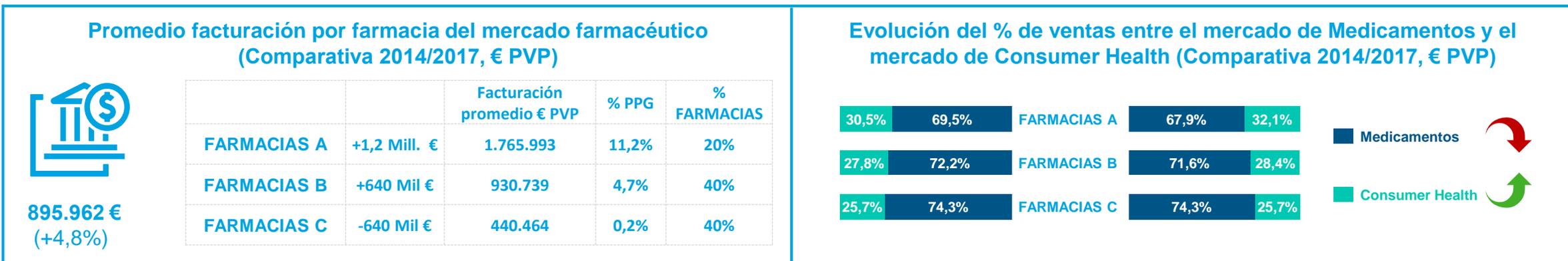
Junio 2018

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 alergia
 - + 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

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



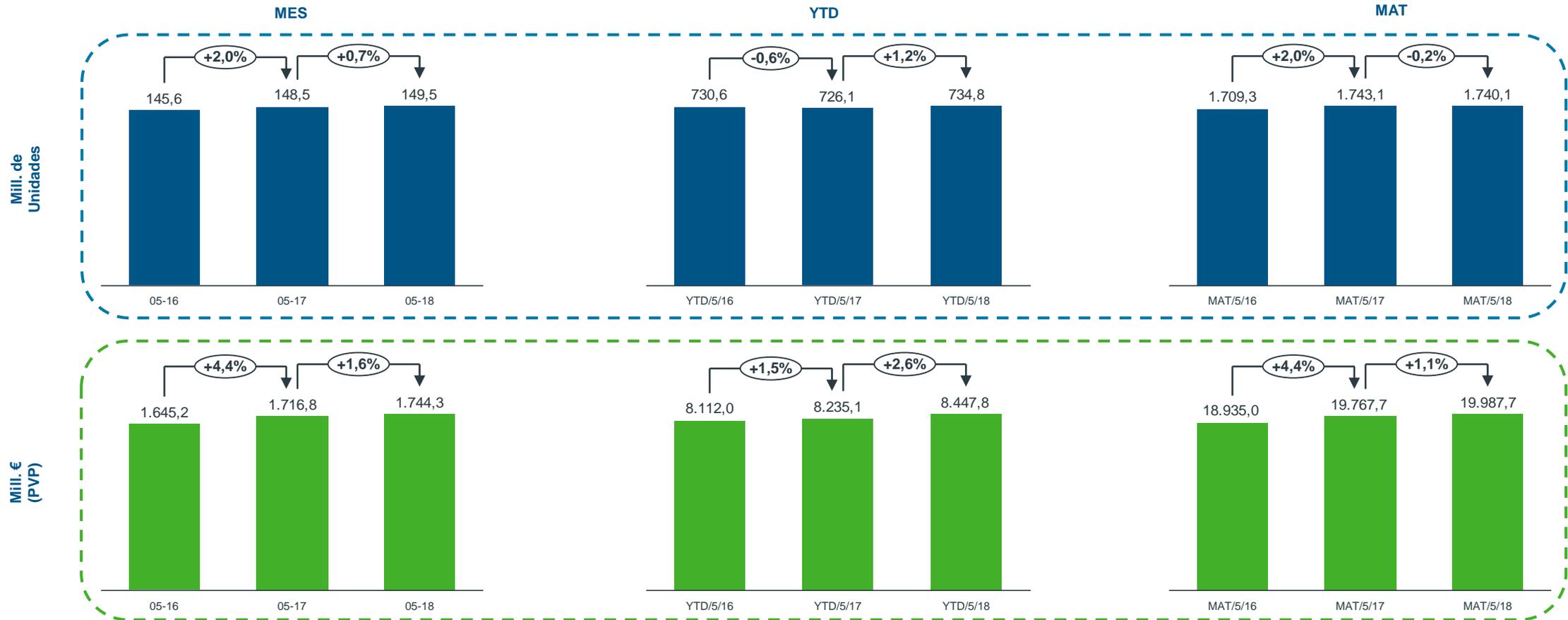
Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias
 *% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2017

Índice

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

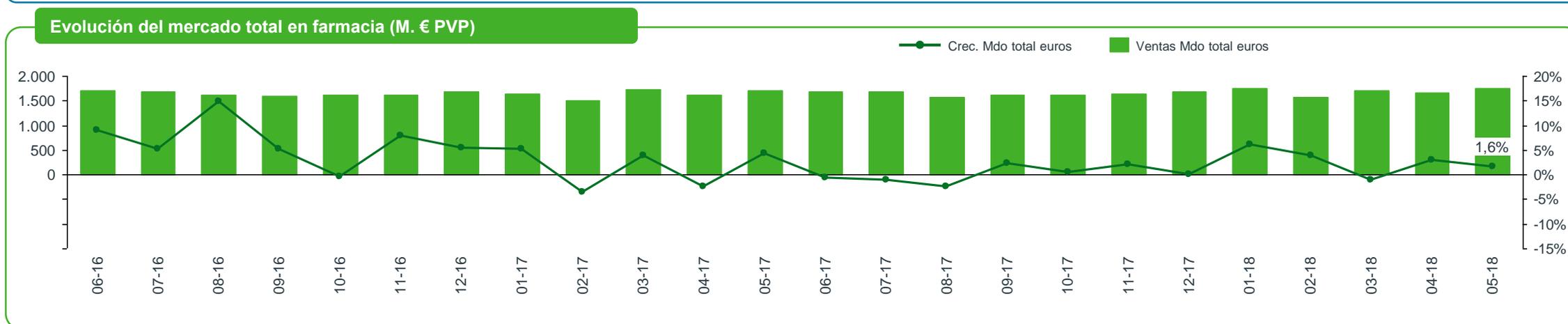
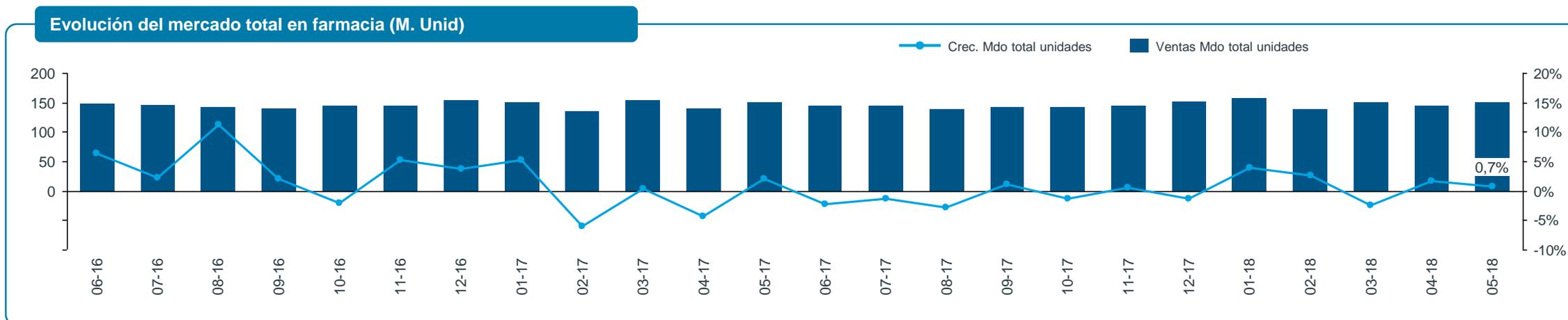
El mercado farmacéutico presenta un crecimiento en los últimos 12 meses del 1,1% en valores pero decrece en volumen un -0,2%

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 5.600 farmacias

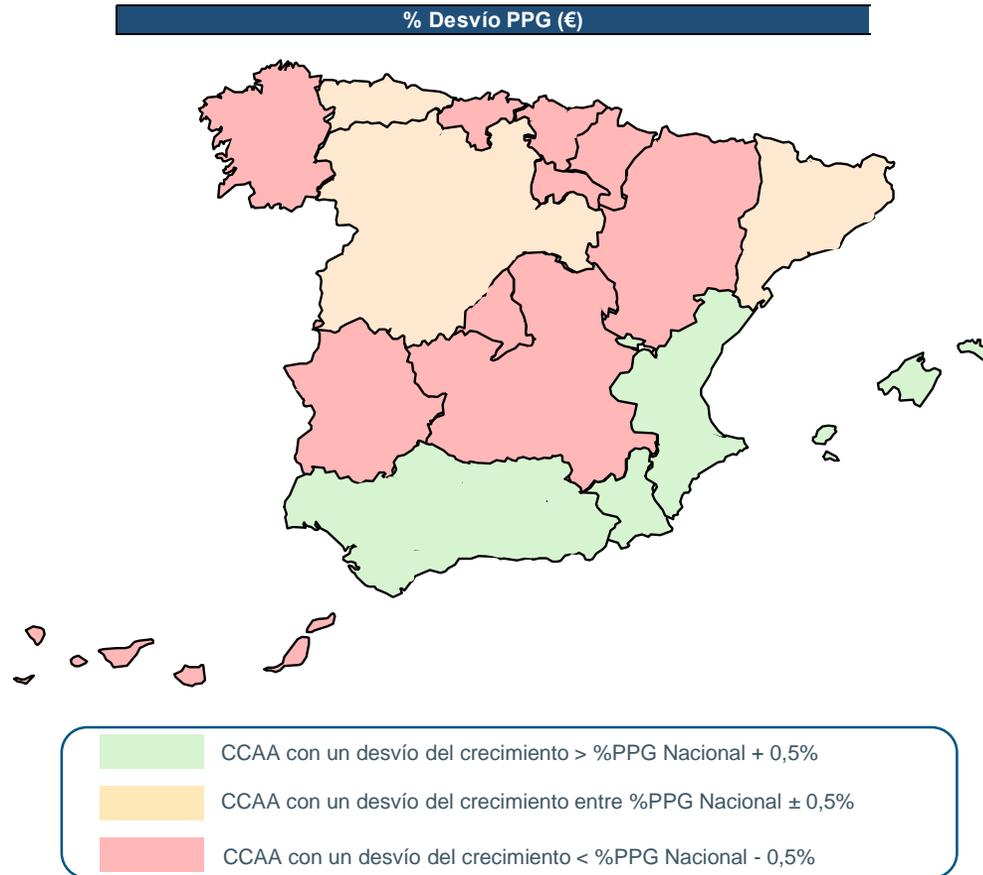
Siguiendo con la tendencia positiva de abril, en mayo se observa un crecimiento en valores del 1,6% y en volumen del 0,7%



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

5 de las 17 CCAA 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



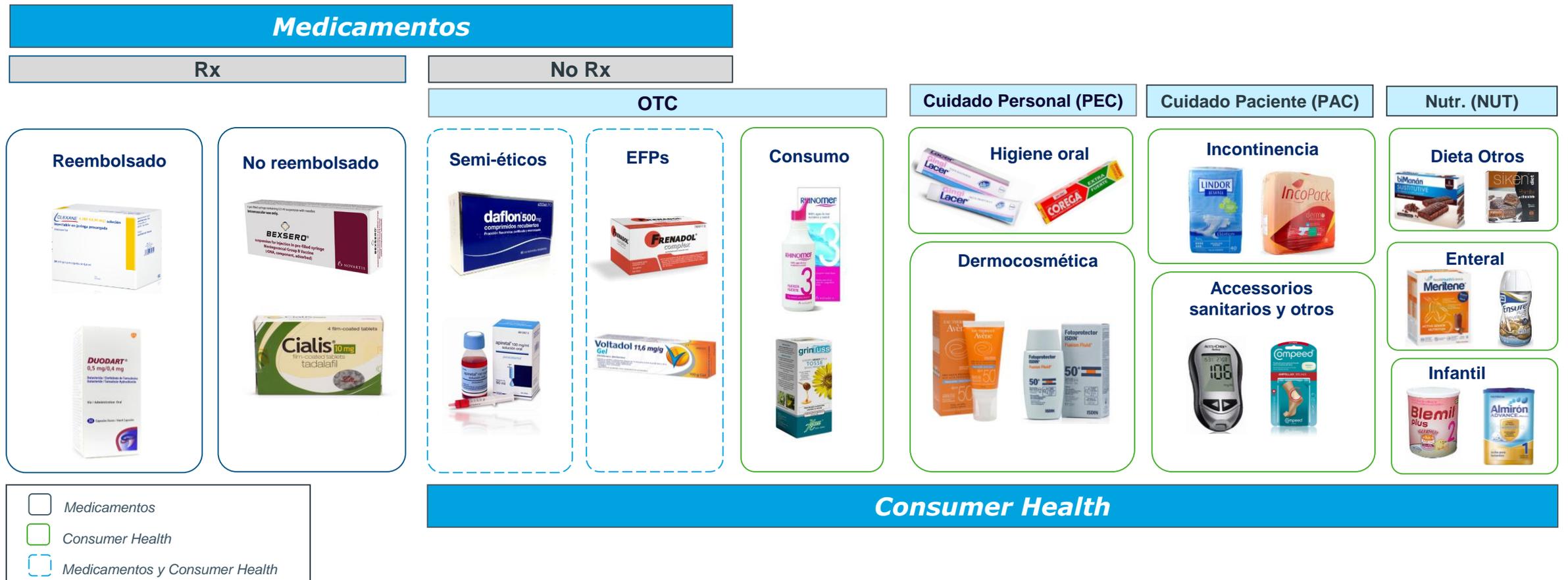
MAT/5/2018	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (%, €)
ANDALUCIA	2,9%	46,7%
BALEARES	2,6%	4,8%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,2%	23,9%
MURCIA	1,7%	4,9%
ASTURIAS	1,5%	3,5%
CATALUÑA	1,1%	15,0%
CASTILLA LEON	0,9%	4,4%
MADRID	0,6%	6,9%
ISLAS CANARIAS	0,5%	2,3%
EXTREMADURA	0,1%	0,2%
CASTILLA LA MANCHA	-0,1%	-0,5%
PAIS VASCO	-0,5%	-1,9%
ARAGON	-0,7%	-1,8%
CANTABRIA	-0,8%	-1,0%
LA RIOJA	-0,8%	-0,5%
GALICIA	-0,9%	-5,1%
NAVARRA	-1,5%	-1,8%
TOTAL NACIONAL	1,1%	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 alergia
 - + 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



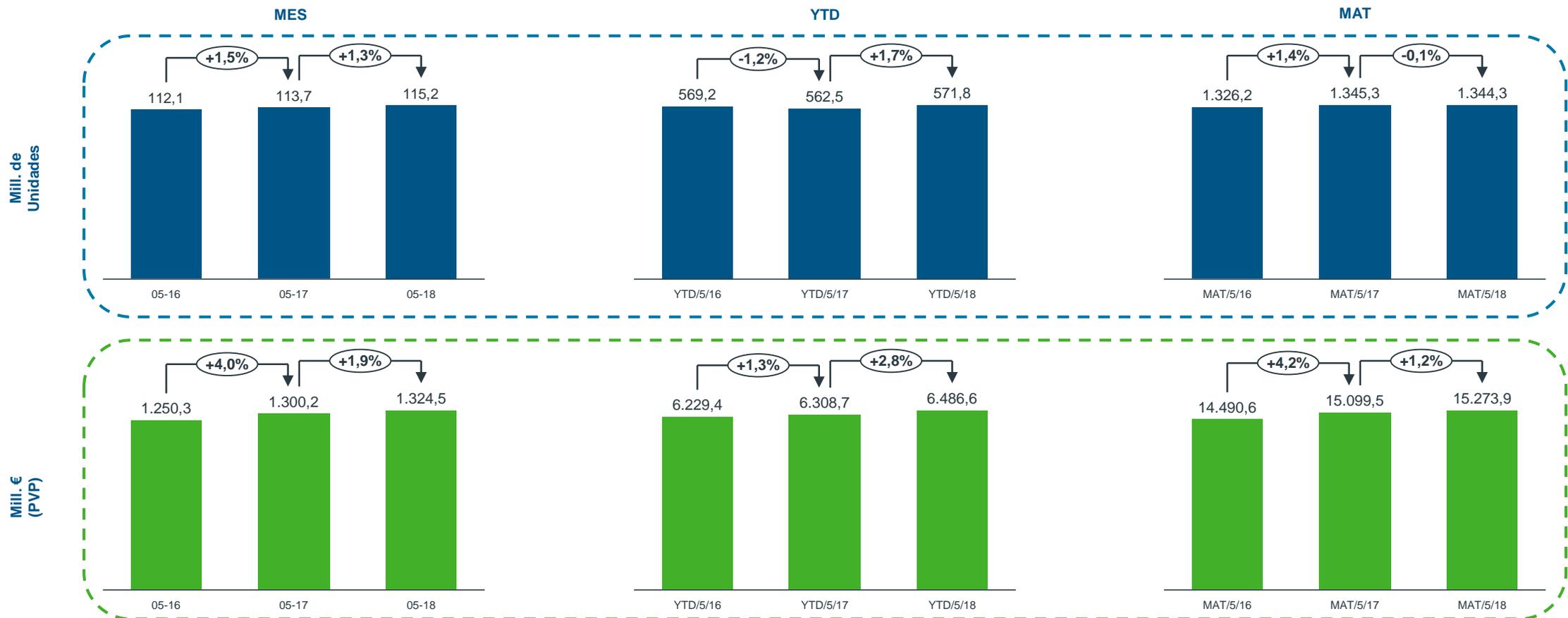
Índice

- + 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 alergia
 - + El Mercado de los solares

El mercado de medicamentos crece en el acumulado de los 12 últimos meses un 1,2% en valores pero sigue negativo en volumen (-0,1%)

Mayo 2018 presenta crecimientos positivos, al igual que el mismo periodo del año pasado

Mercado de Medicamentos



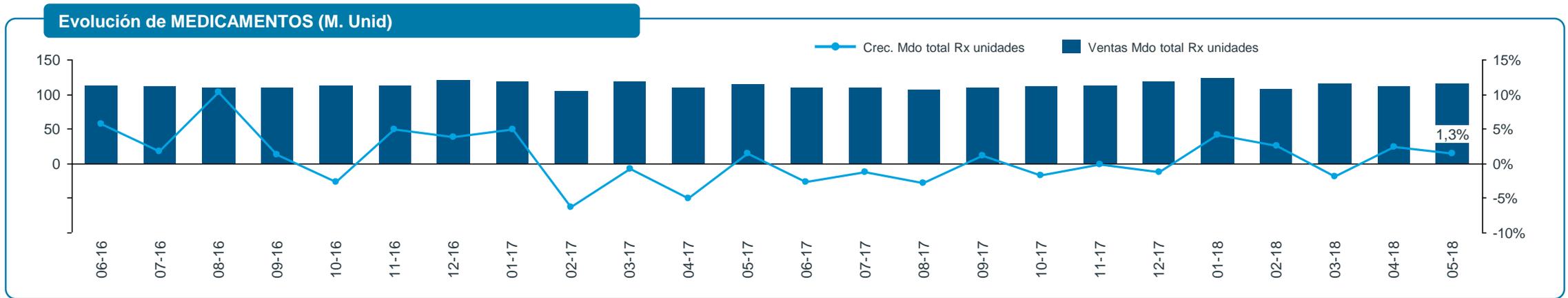
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

En mayo 2018 el mercado crece tanto en valores como en volumen, siguiendo con la tendencia de abril 2018

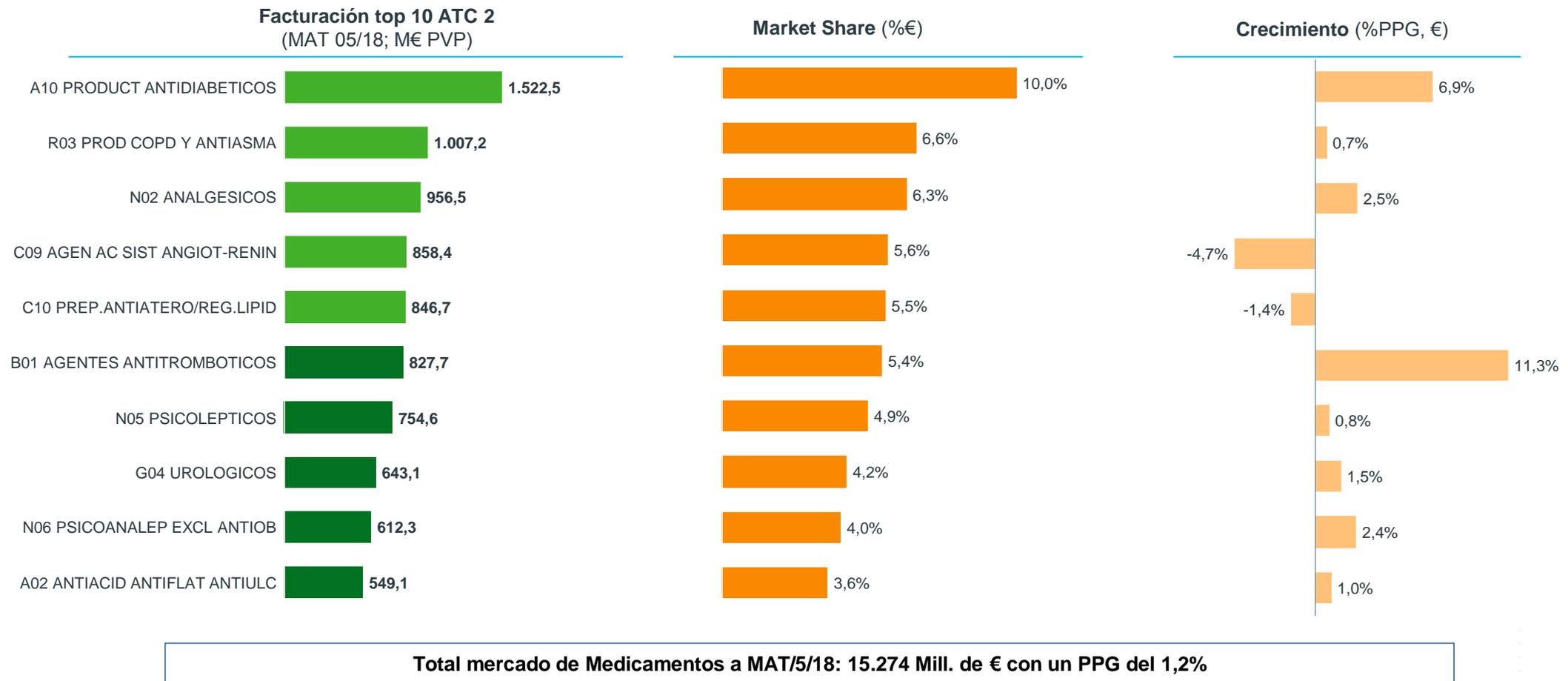
El mercado vuelve a mantener una evolución positiva al igual que los 2 primeros meses del año 2018



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

El comportamiento de los nuevos anticoagulantes orales dirige, junto con los productos antidiabéticos, la contribución positiva del mercado de prescripción

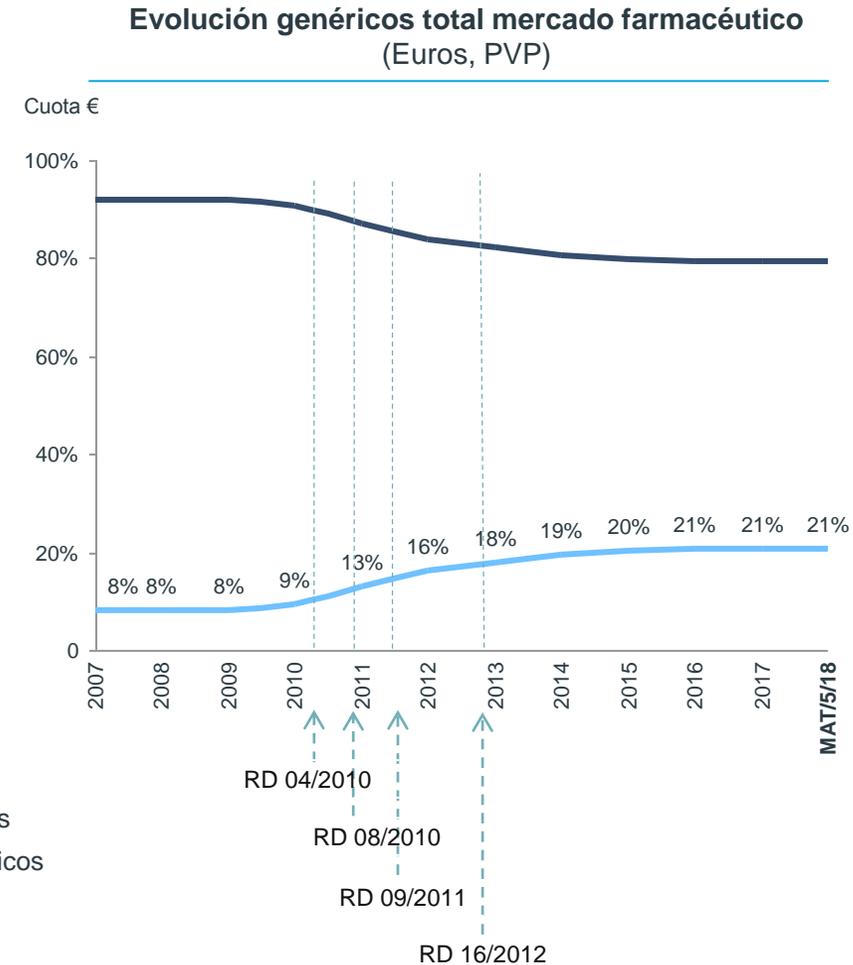
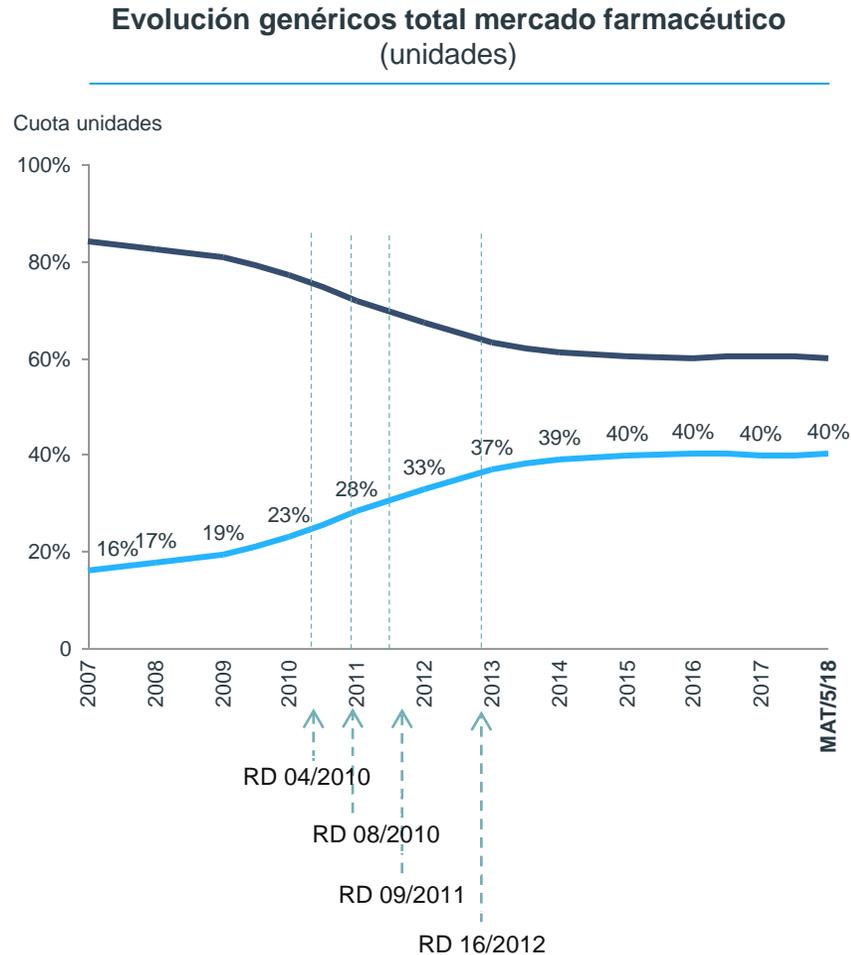
Liderando el crecimiento y la contribución al crecimiento de la clase encontramos el producto Eliquis seguido de Xarelto



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

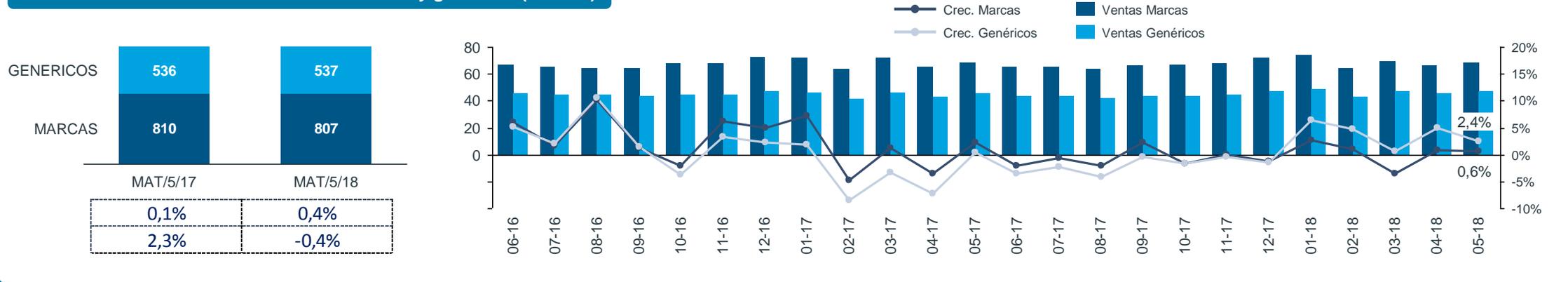


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

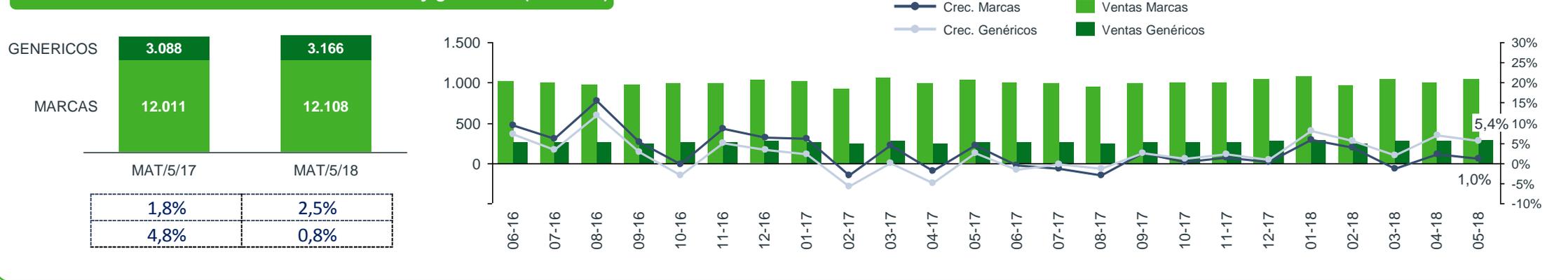
En el acumulado del año 2018, los genéricos muestran crecimientos por encima de las marcas tanto en unidades como en valores

Este último mes, las marcas crecen un 1% en valores mientras los genéricos crecen un 5,4%

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



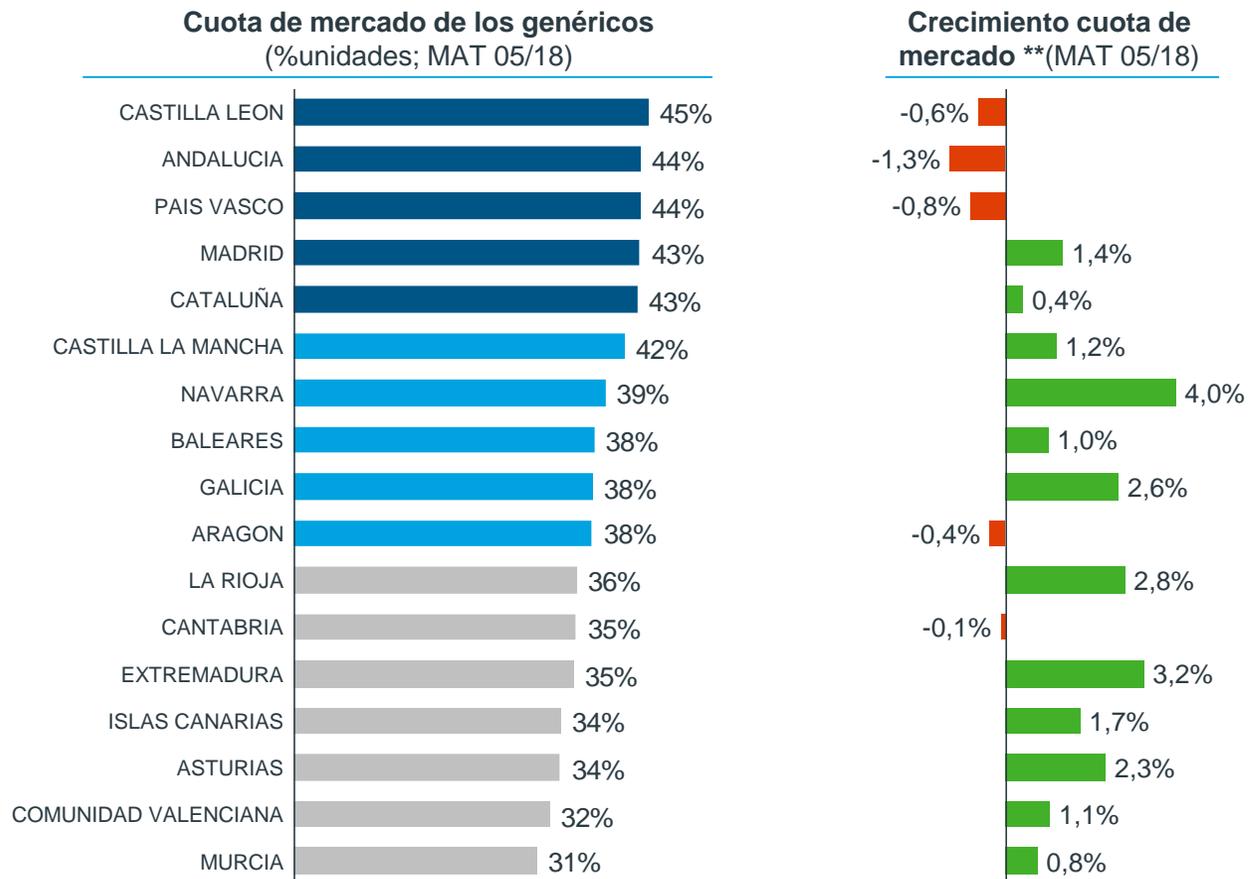
Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. € PVP)



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

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

No obstante, son estas 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

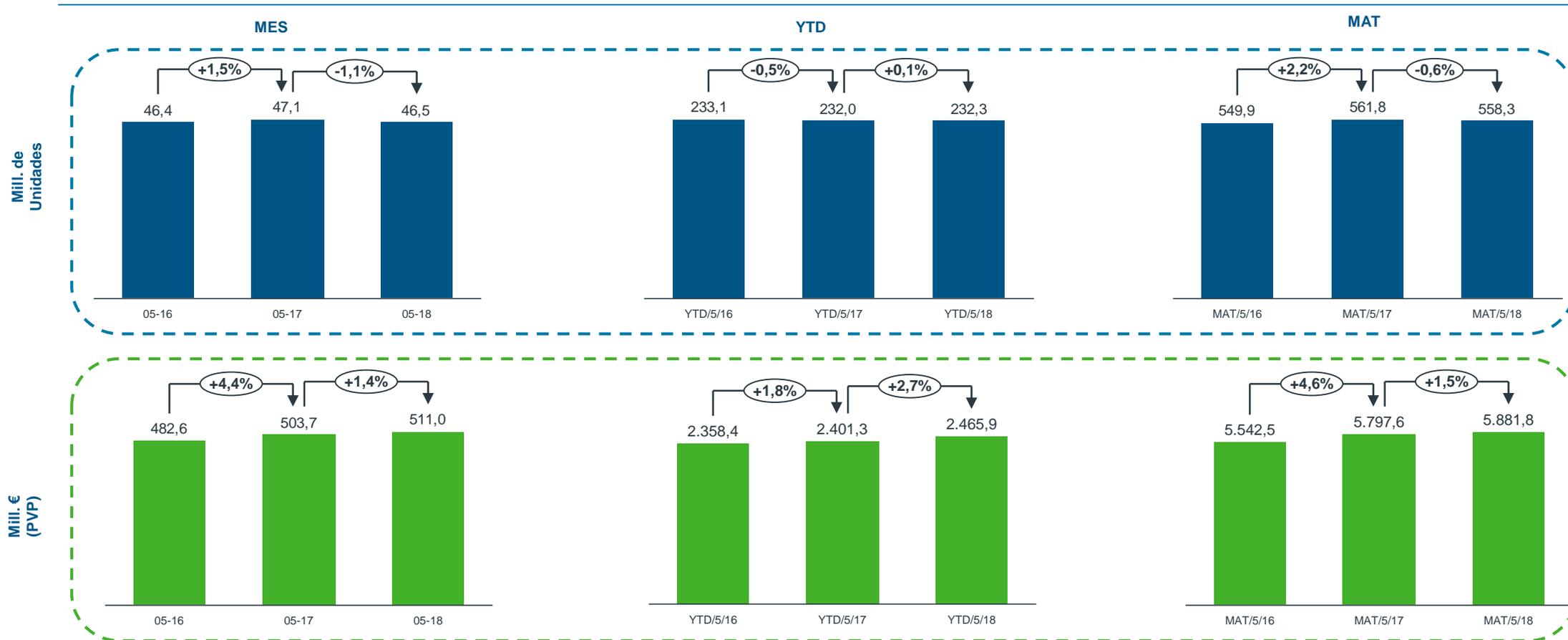
Índice

- + 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 alergia
 - + El Mercado de los solares

En el acumulado del año, el mercado de Consumer Health se ha contraído en volumen (-0,6%) y ha ralentizado su crecimiento en valores (+1,5%)

Los 5 primeros meses del 2018 presentan una mejor evolución que el mismo periodo del año pasado

Mercado de Consumer Health

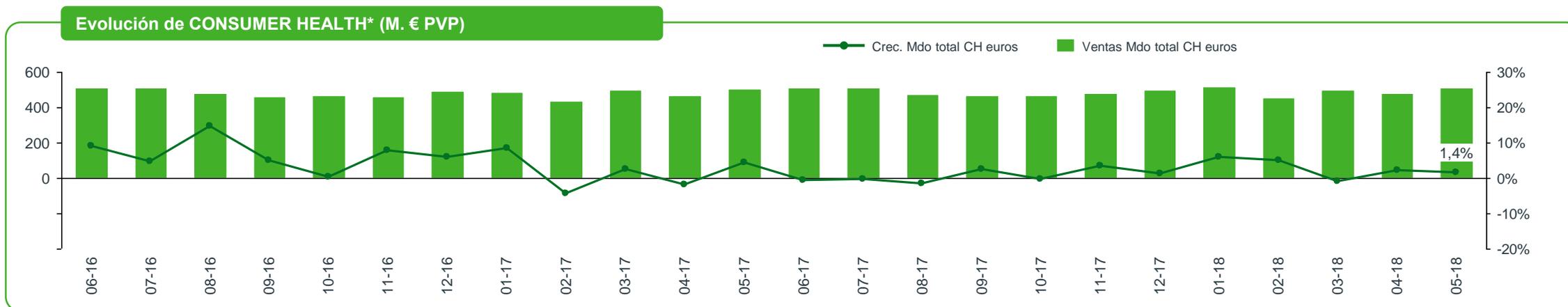


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*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 mayo un 1,4% en valores y decrece un -1,1% en unidades

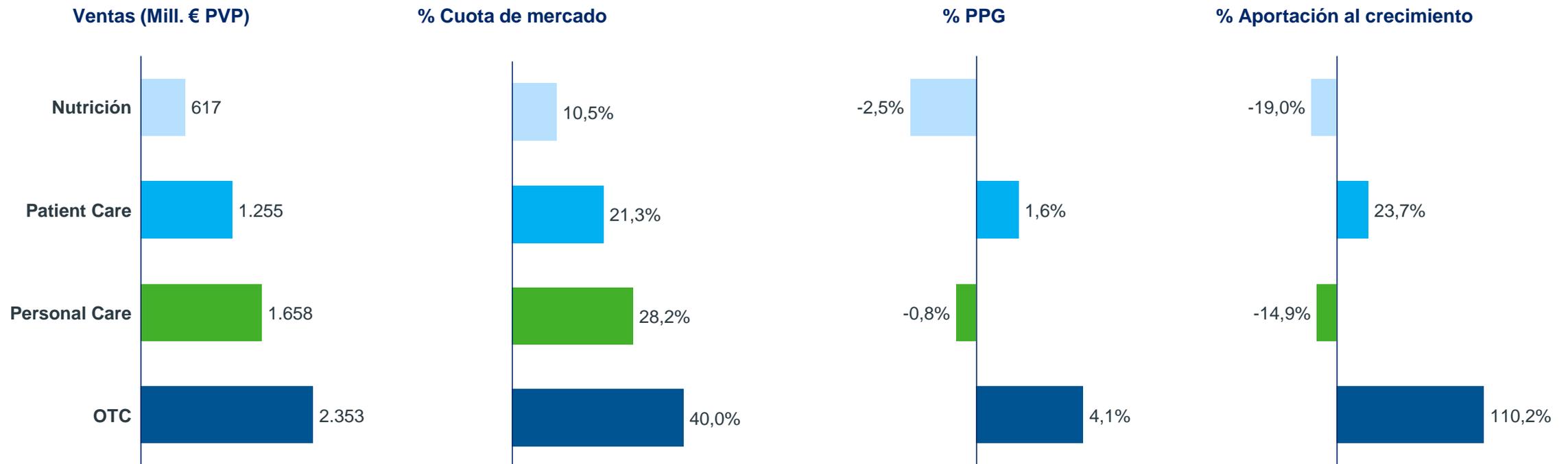


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

El segmento de OTC es el que aporta mayor crecimiento al mercado de Consumer Health (110,2%)

El segmento de Nutrición infantil sigue con tendencias negativas

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

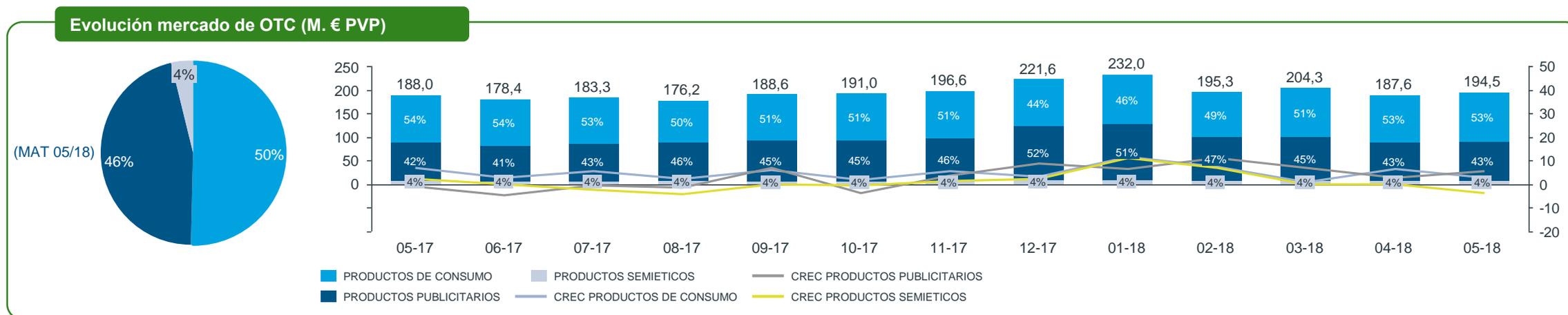
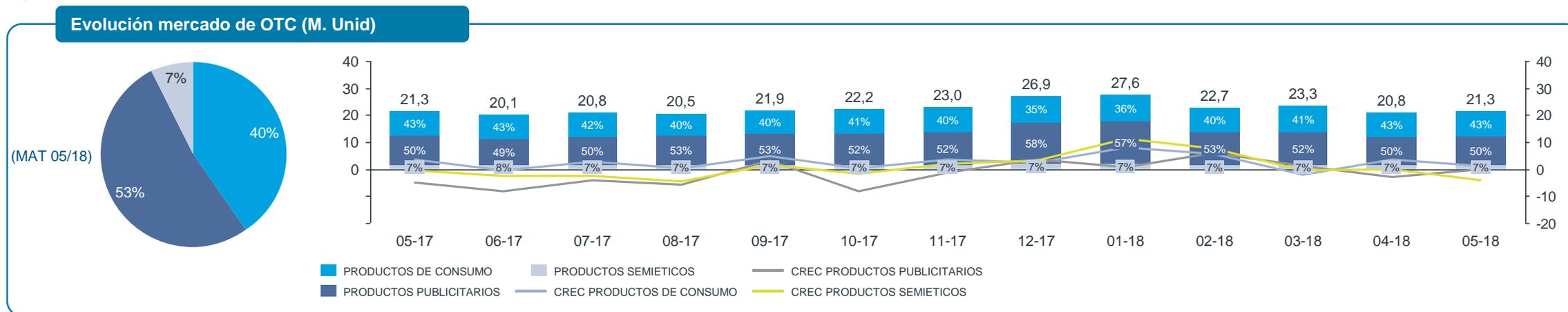


Total mercado Consumer Health a MAT/5/18: 5.882 Mill. de € con un PPG del 1,5%

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

Los productos publicitarios son los que presentan mayor crecimiento durante el mes de abril (5,4% en valores)

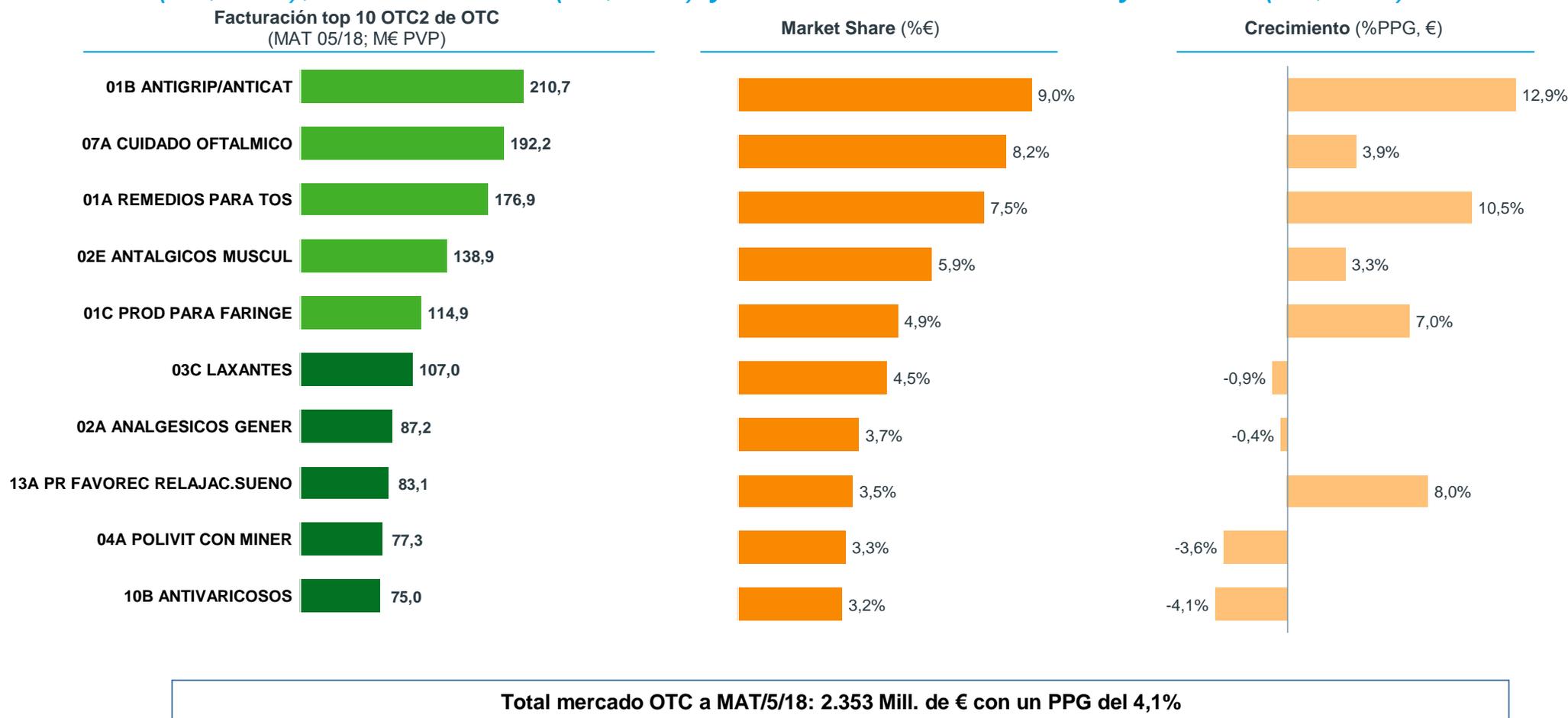
Entre los principales productos de este grupo destacan Almax y Frenadol, guiando el crecimiento con tasas superiores al 20%



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

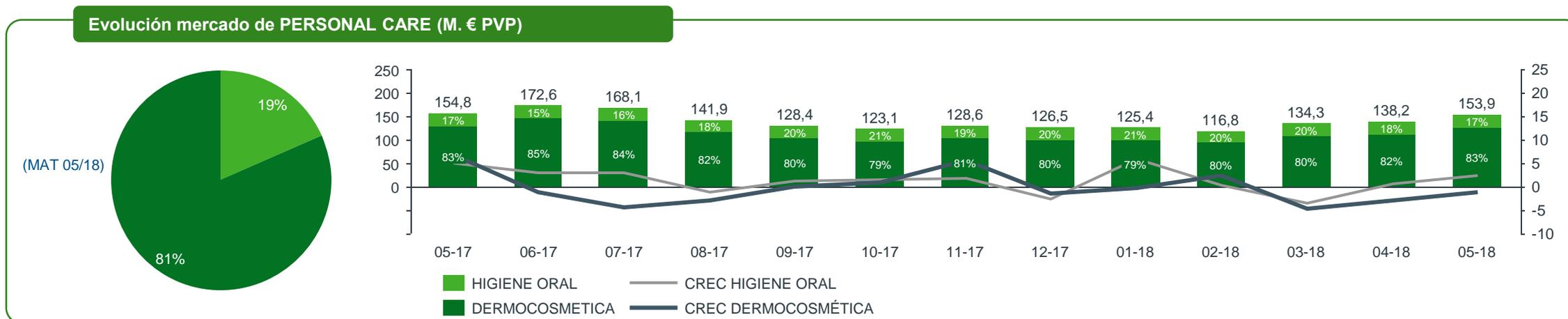
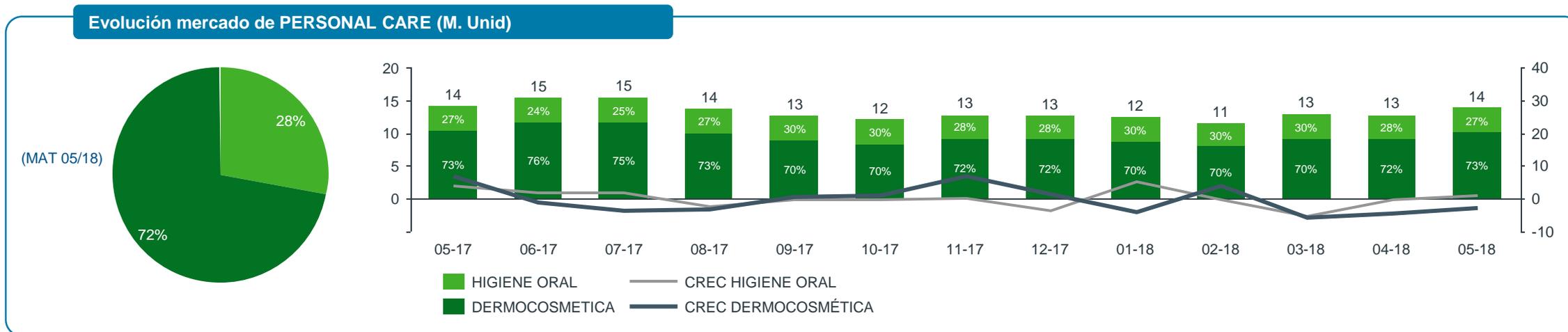
De las Top OTC en ventas, 6 evolucionan positivamente, siendo Antigripales y Remedios para Tos las que crecen a doble dígito

Destacan en aporte al crecimiento, fuera del Top 10 de ventas, Probióticos digestivos (+9,9M€), Gastroprotectores (+6,6M€), Antidiarreicos (+6,6M€) y Productos contra ardor y acidez (+5,8M€)



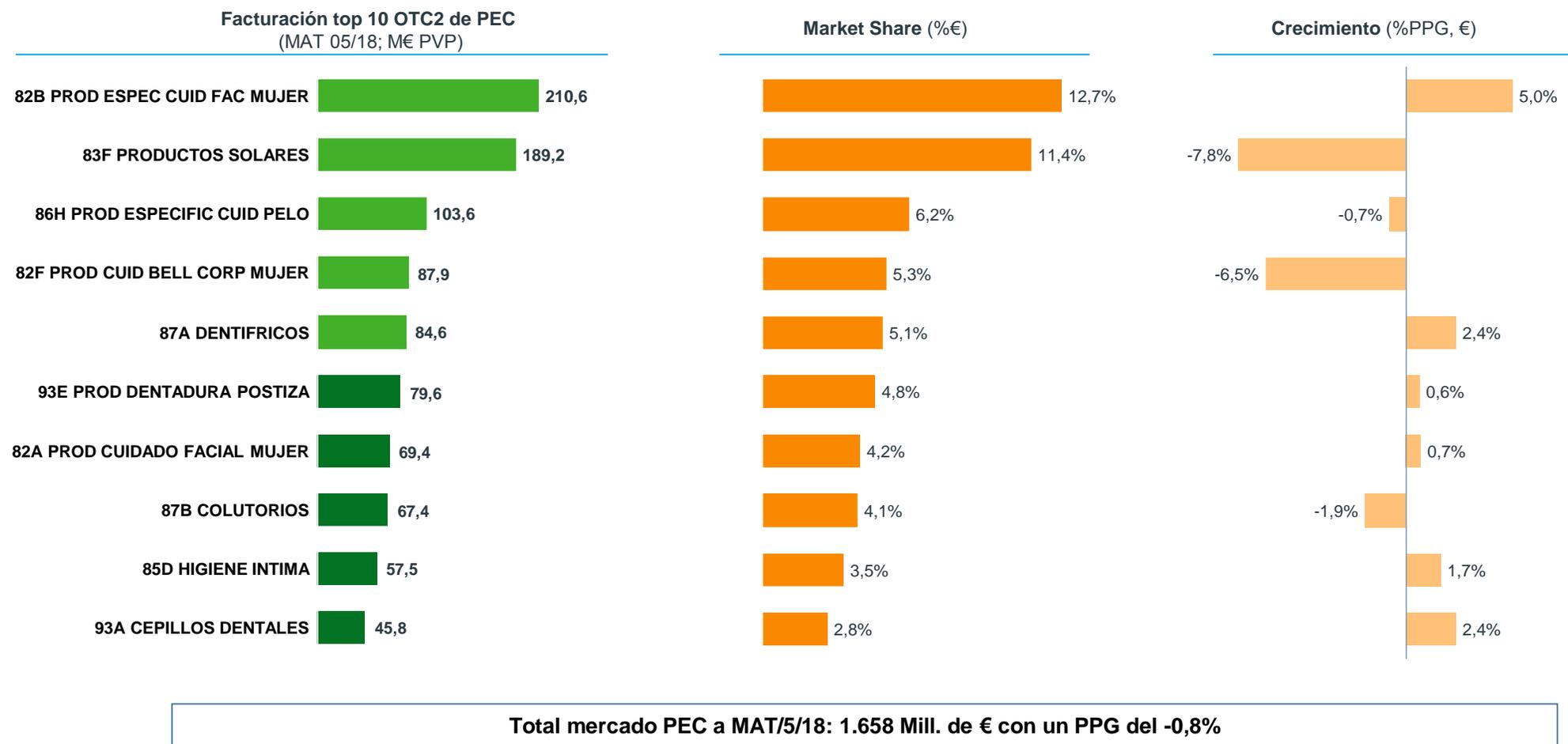
Dermocosmética decrece este mes en valores (-1,1%) y en unidades (-1,3%)

4 del Top5 Manufacturers registran decrecimientos importantes - Isdin, Avene, La Roche Posay y Vichy - principalmente debido a los solares



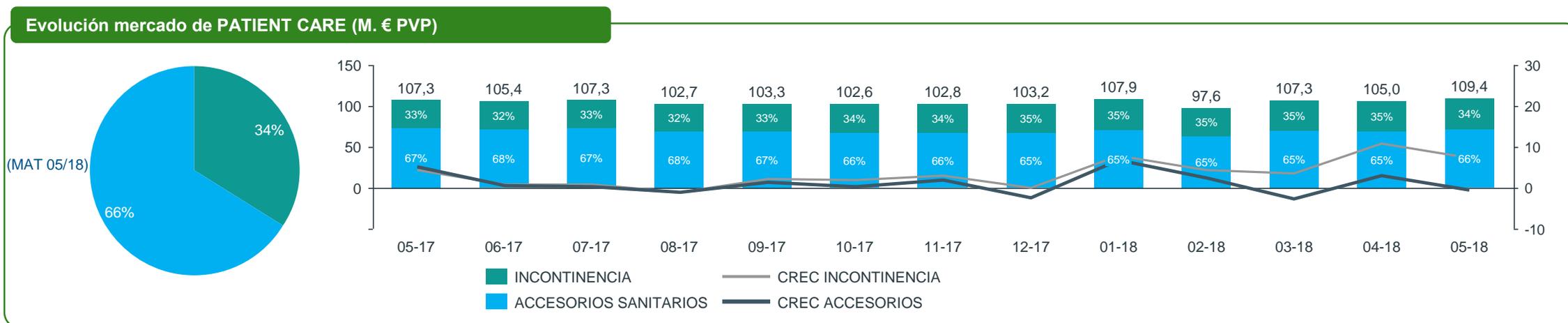
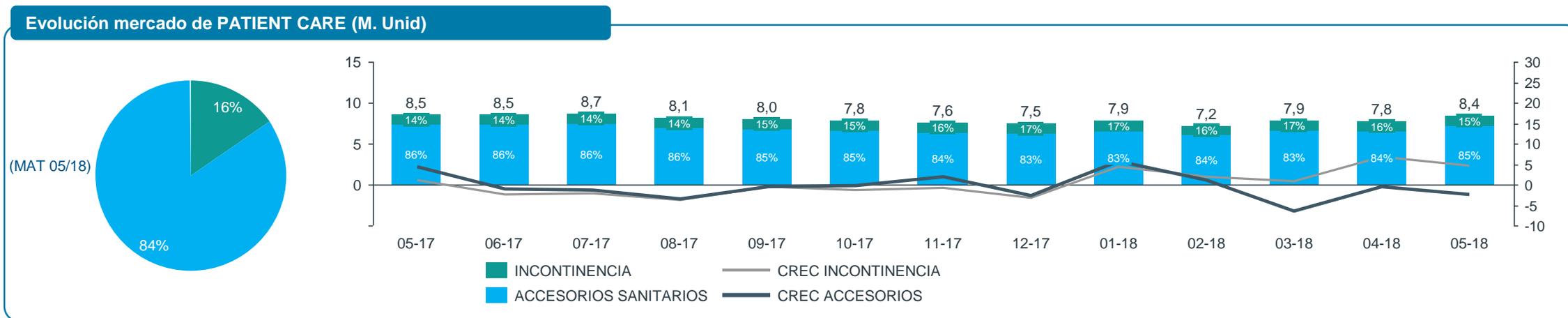
La clase del segmento PEC con mayor cuota de mercado, cuidado facial de la mujer, presenta crecimientos positivos...

...principalmente por la marca Martiderm que supone la mayor aportación al crecimiento



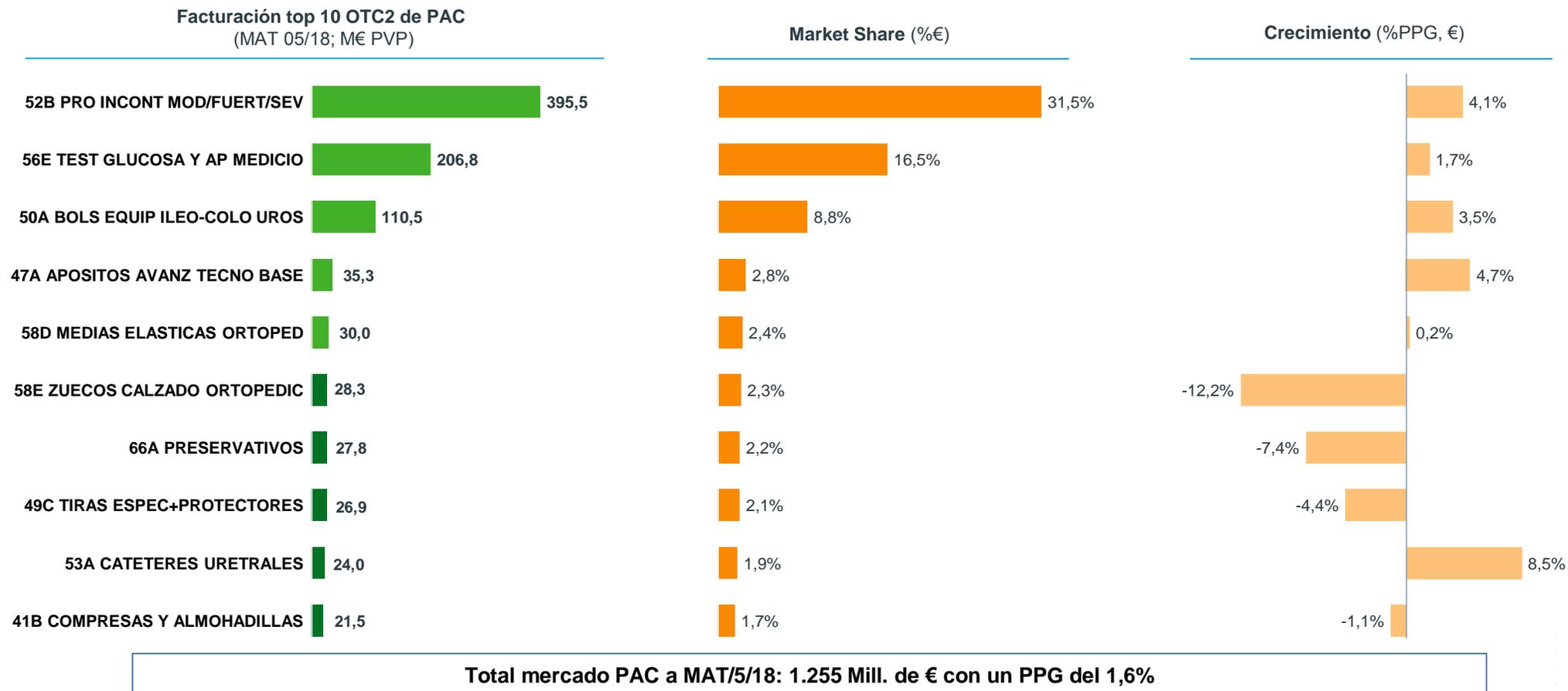
Accesorios sanitarios supone un 66% del mercado de PAC en valores y presenta una tendencia negativa este mes (-0,7% en valores)

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



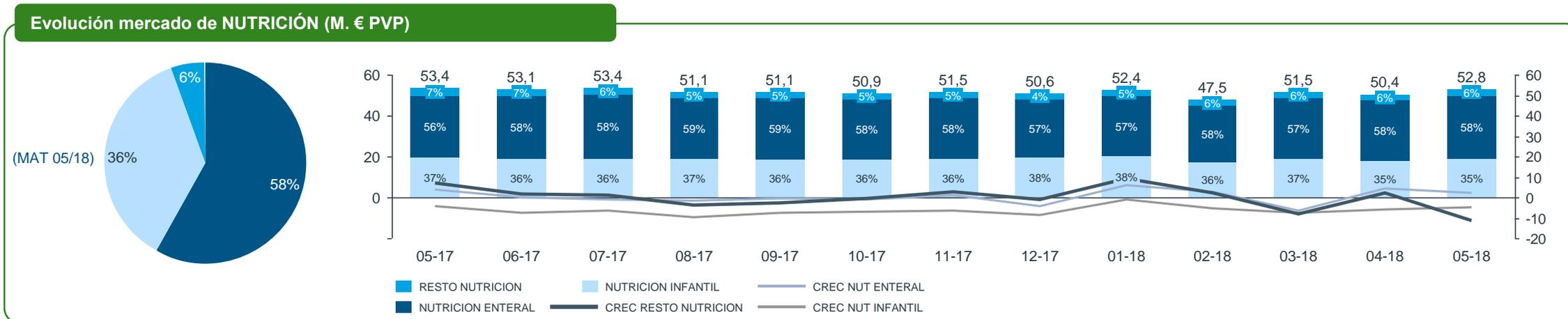
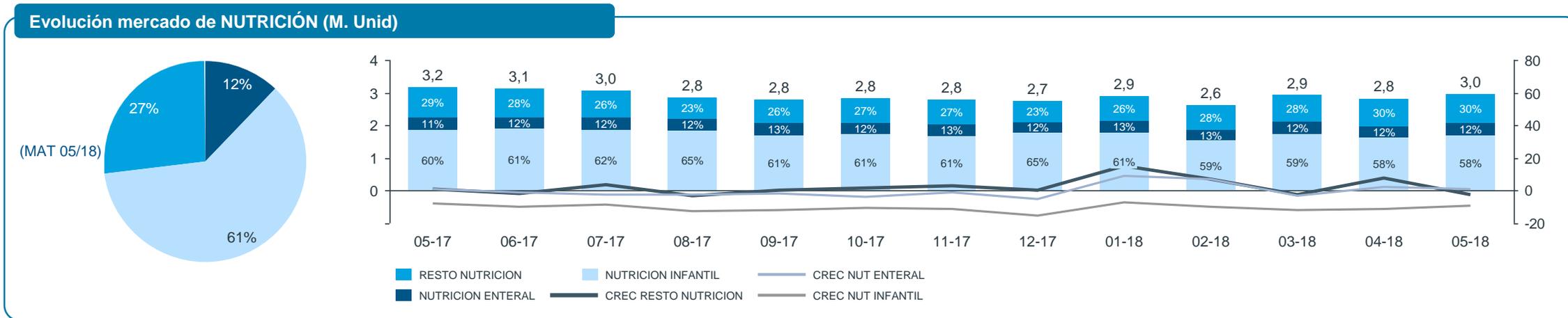
Incontinencia es la clase terapéutica con mayor cuota de mercado dentro de PAC (31,5%) y es también la que más aporta a este mercado (15,7 M€)

La clase 58E de los zuecos ortopédicos decrece por la bajada de ventas de sus 2 top productos Scholl Gel Activ (-7%) y Farmalastic Gel (-29,5%)



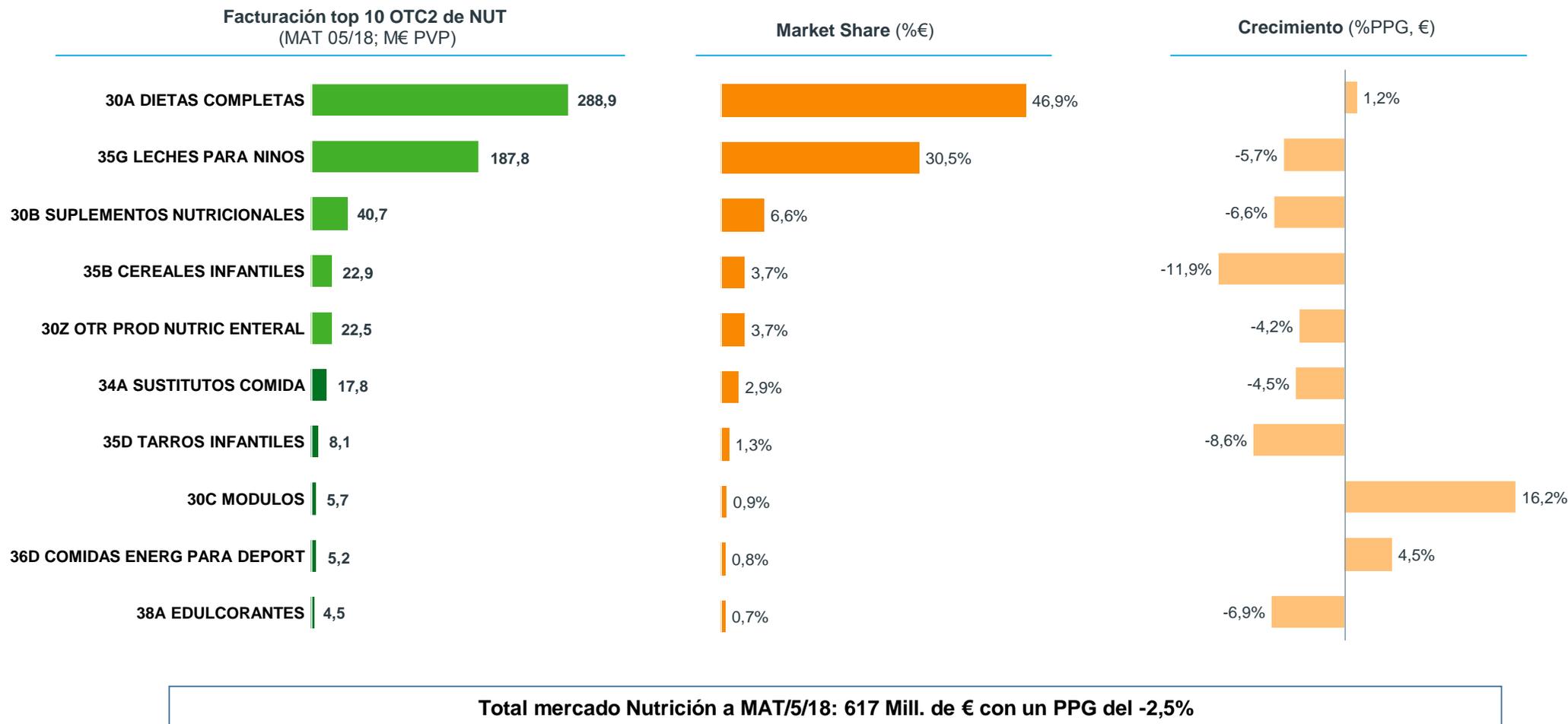
Dentro de NUT, en el mes de mayo observamos crecimientos positivos, tanto en valores como en unidades para la *Nutrición Enteral* ...

... sin embargo, *Nutrición Infantil* sigue con la tendencia negativa



El mercado de NUT decrece 16M €, siendo la Leches para niños la responsable principal de esta pérdida (11,4M €)

Diets Completas sigue siendo la clase terapéutica con mayor peso (46,9%) con un ligero crecimiento



Índice

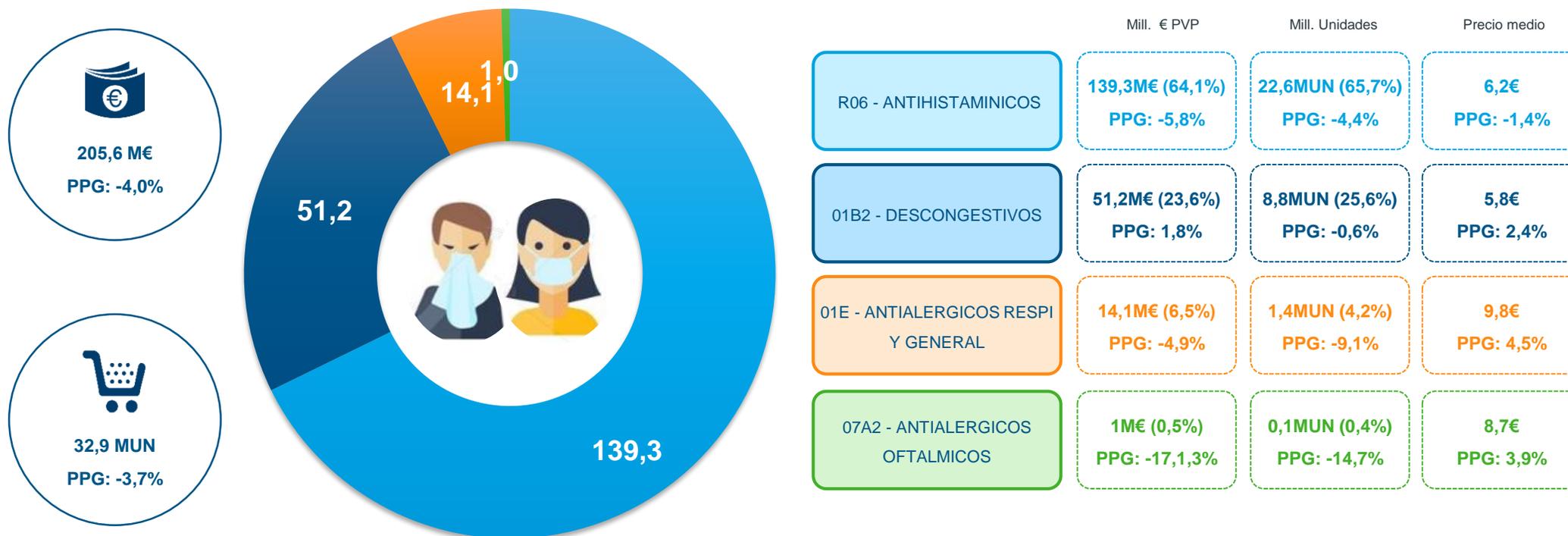
- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + **Anexo**
 - + **El Mercado de alergia**
 - + El Mercado de los solares

El Mercado de Alergia

El mercado de alergia está compuesto no solo por antihistamínicos sino por otras categorías que tratan los síntomas relacionados

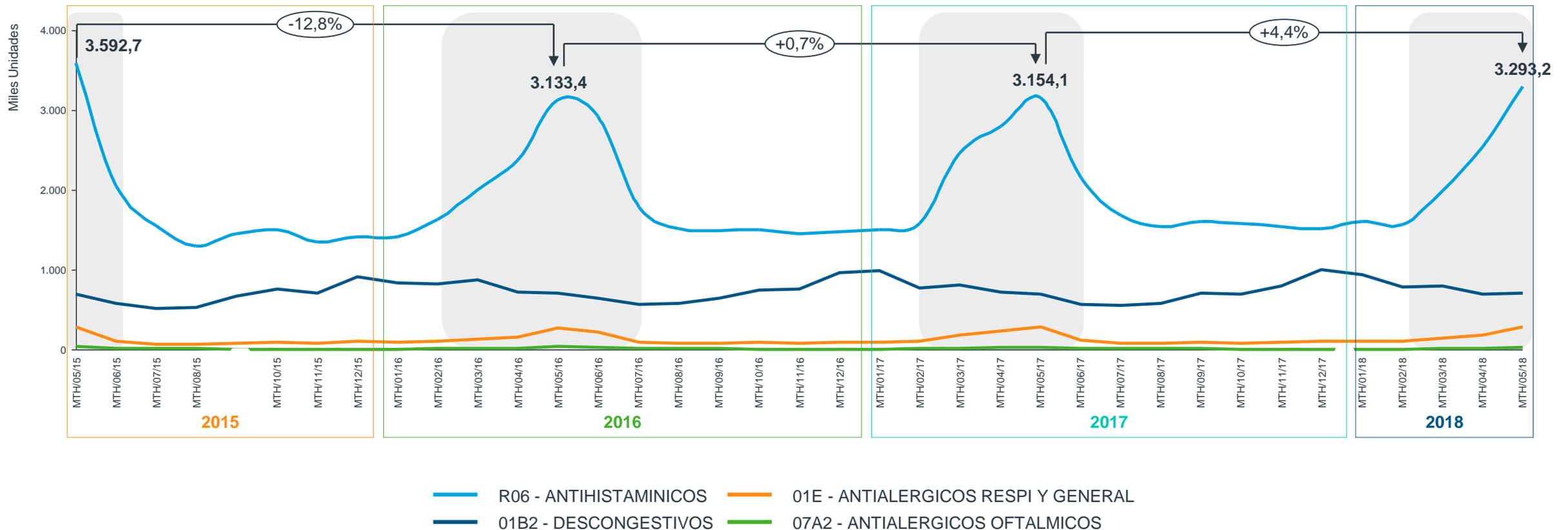
El retraso en la campaña debido a factores exógenos al mercado (el clima) está provocando decrecimiento en volumen en todas las categorías

Mercado de Alergia (Mill € PVP, MAT 05/2018)



A pesar del aumento de ventas de los antihistamínicos en mayo, el retraso de la campaña mantiene este mercado en decrecimientos respecto a 2017

Evolución mensual de las categorías de ALERGIA (Miles de unidades, 05/2015-05/2018)

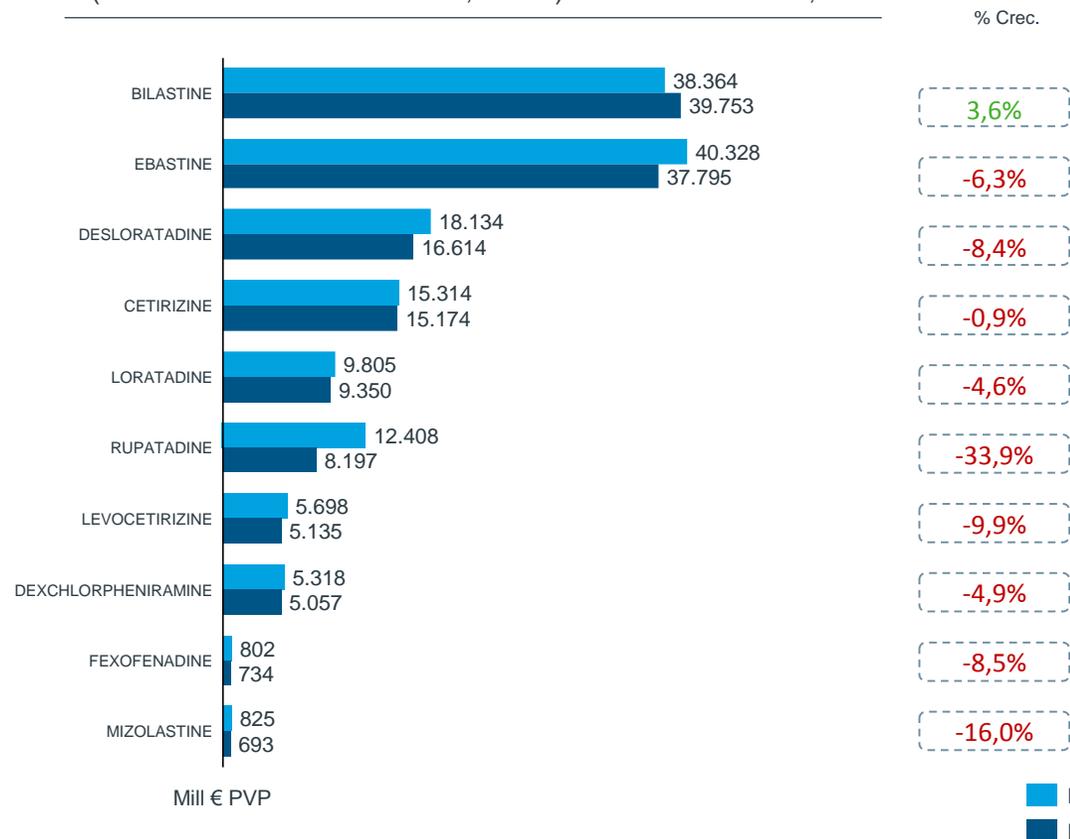


Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias

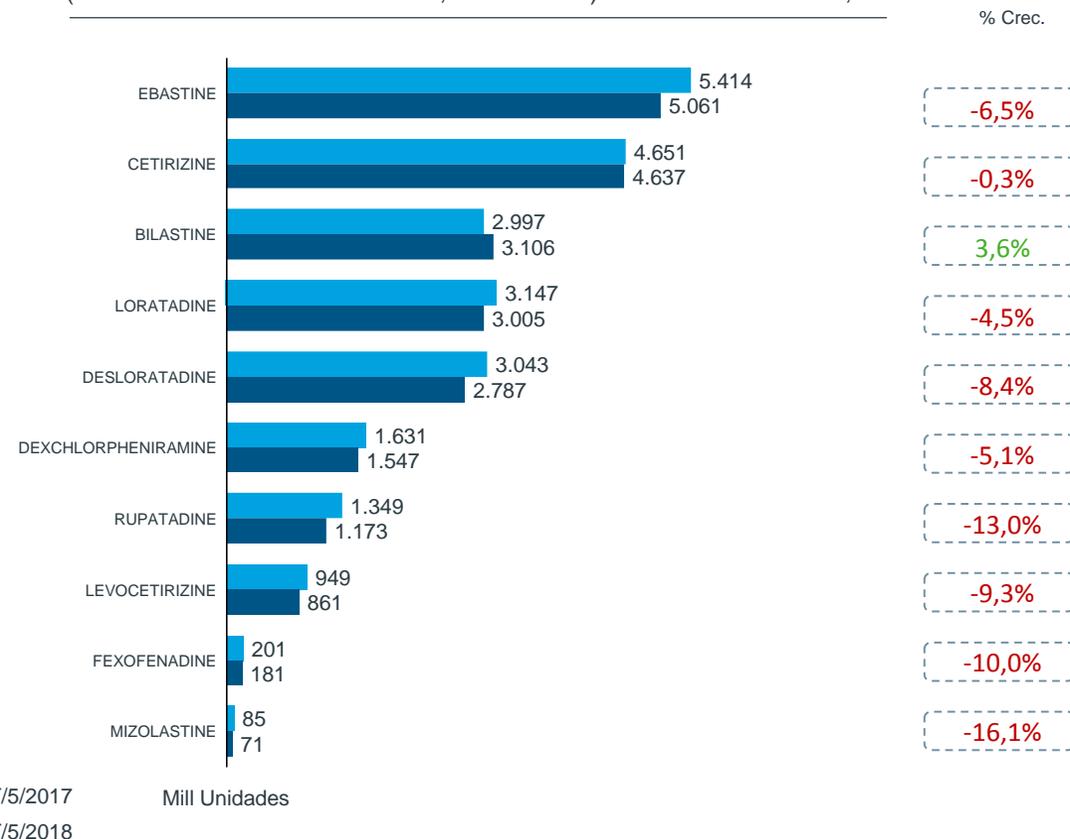
Dentro del mercado de Antihistamínicos, la molécula Bilastina es la única del top 10 que experimenta crecimientos

Esta molécula está indicada para aliviar los síntomas de la rinoconjuntivitis alérgica y la última lanzada en este mercado en el año 2011

Evolución top 10 moléculas clase R06 ANTIHISTAMÍNICOS
(MAT 05/2018 vs. MAT 05/2017, € PVP) % Crec. total R06 -5,8%



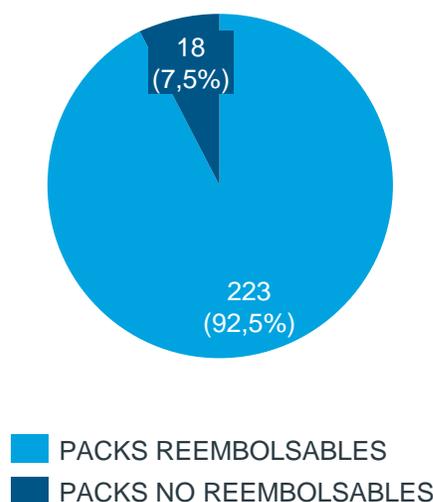
Evolución top 10 moléculas clase R06 ANTIHISTAMÍNICOS
(MAT 05/2018 vs. MAT 05/2017, UNIDADES) % Crec. total R06 -4,4%



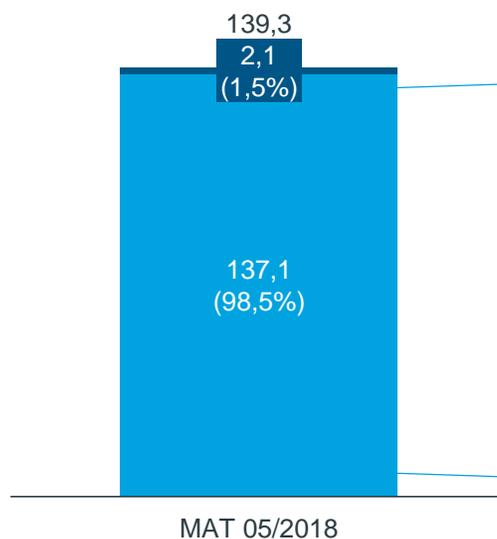
El 92,5% de los packs de la clase R06 Antihistamínicos son reembolsables a través de la receta del SNS

A pesar del carácter reembolsable de este mercado, las compras privadas representan entre el 23% en valores en el acumulado de los últimos 12 meses

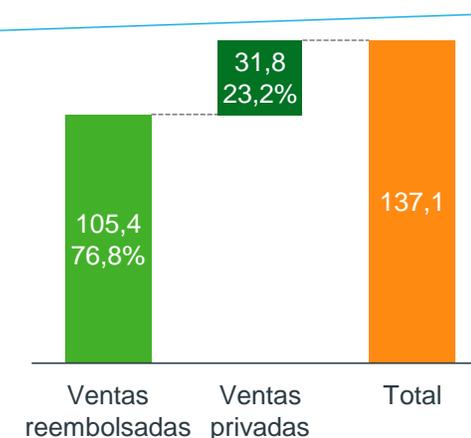
Número de packs reembolsables/no reembolsables clase R06 ANTIHISTAMINICOS (MAT 05/2015)



Ventas por tipo de producto reembolsables/no reembolsables clase R06 ANTIHISTAMINICOS (MAT 05/2015)

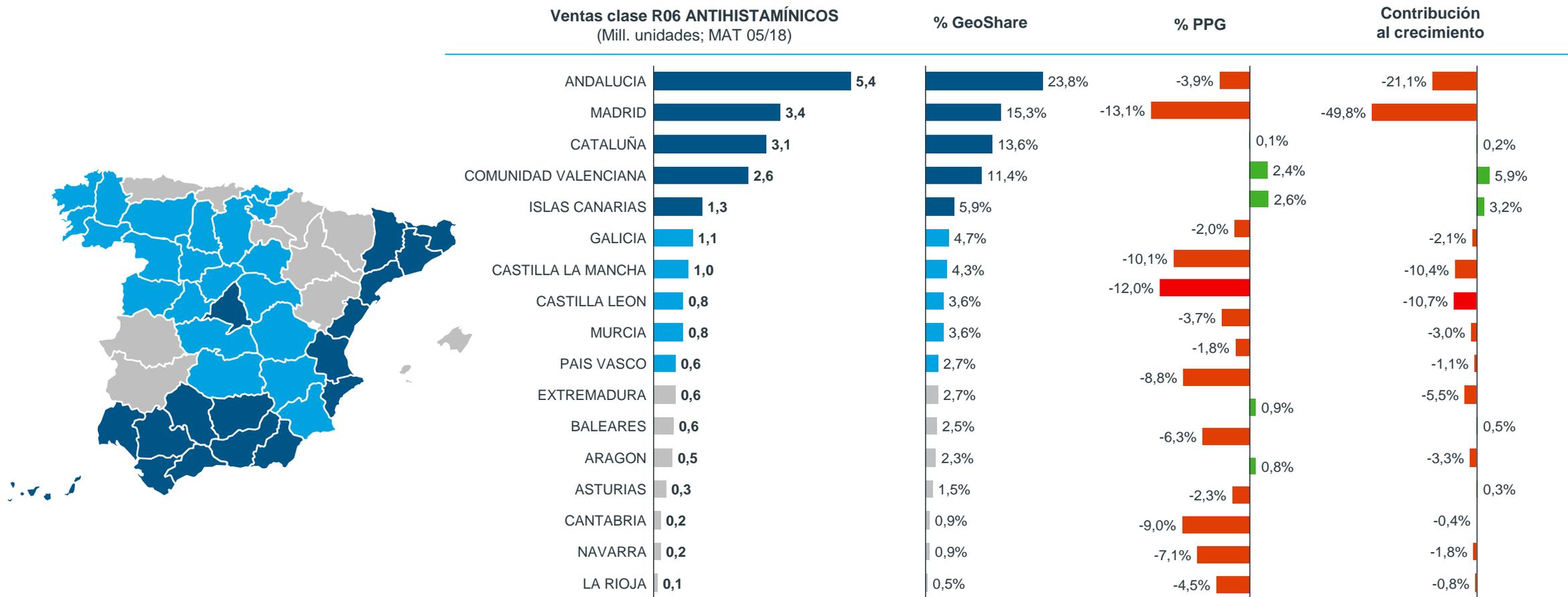


Reparto de las ventas reembolsadas y privadas clase R06 ANTIHISTAMINICOS packs reembolsables (Mill. Euros PVP, MAT 05/2018)



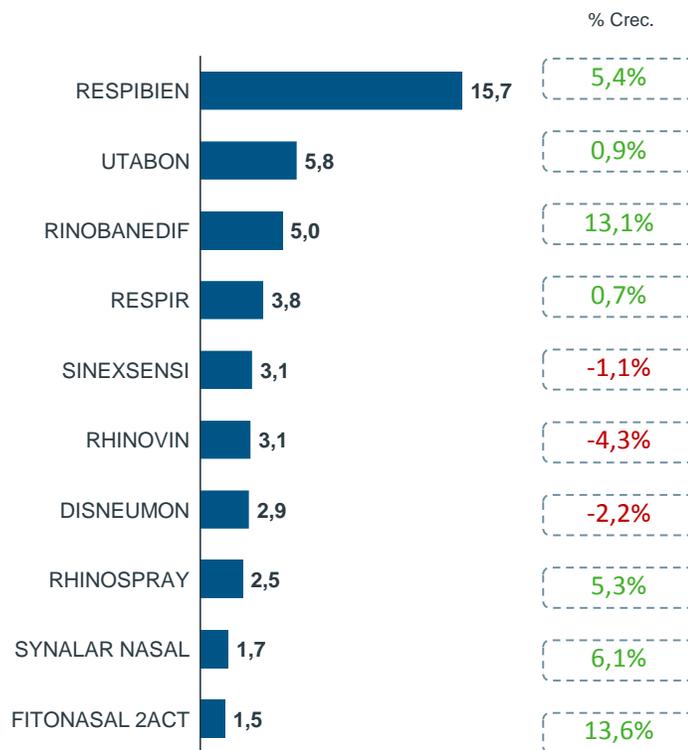
Cataluña, C. Valenciana y Aragón son las únicas CCAA que experimentan crecimientos en el acumulado de los últimos 12 meses

Las cifras negativas de Madrid y Andalucía son las que más contribuyen al decrecimiento de la categoría



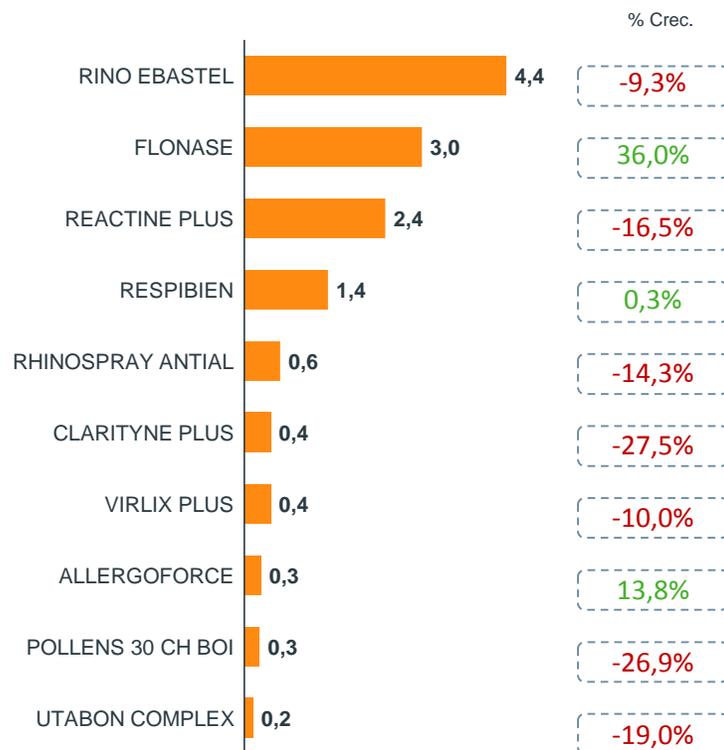
Dentro de las categorías relacionadas, el producto que mejor evoluciona es Flonase con crecimientos del 36% mientras que el total de su clase cae un 5%

Ventas Top 10 productos (Mill. € PVP, MAT 05/2018)
01B2 - DESCONGESTIVOS



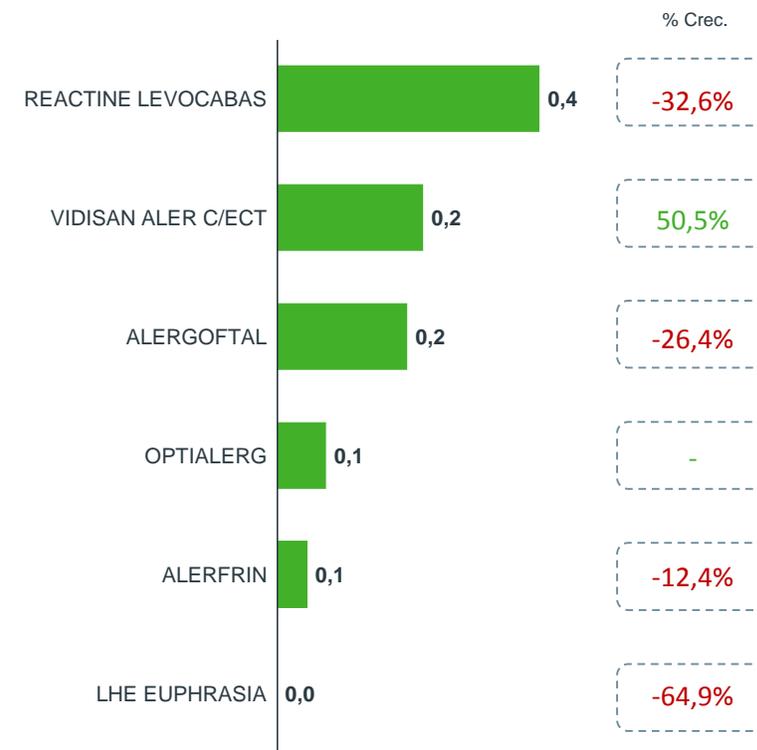
Total categoría 51,2 M€ PVP +1,8% PPG

Ventas Top 10 productos (Mill. € PVP, MAT 05/2018)
01E - ANTIALERGICOS RESPI Y GENERAL



Total categoría 14,1 M€ PVP -4,9% PPG

Ventas Top 5 productos (Mill. € PVP, MAT 05/2018)
07A2 - ANTIALERGICOS OFTALMICOS



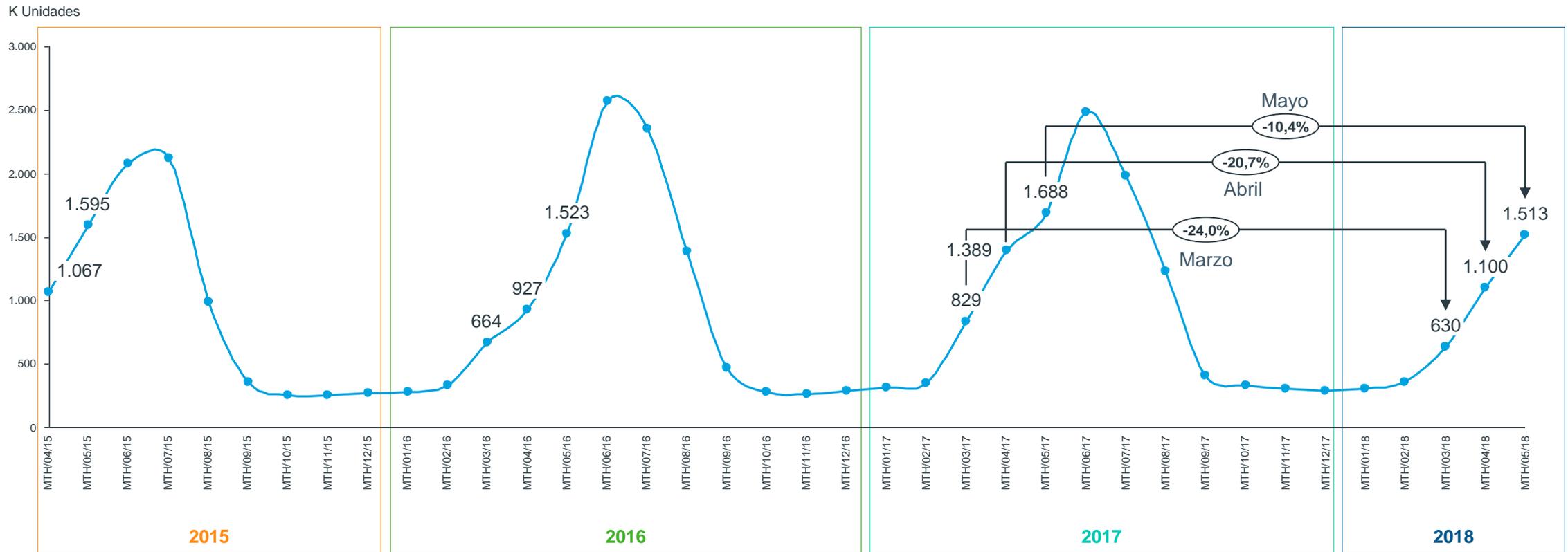
Total categoría 1,0 M€ PVP -11,3% PPG

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 mayo de 2018 es el peor en ventas de los últimos 4 años. El acumulado de abril y marzo esta más del 20% por debajo de lo que se vendió en las mismas fechas de 2017

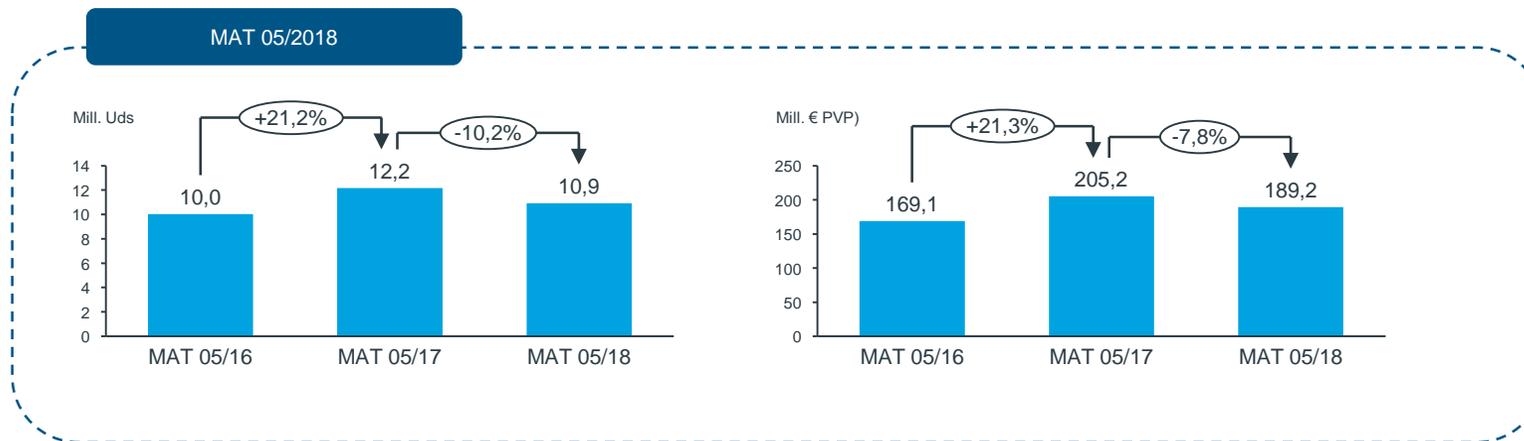
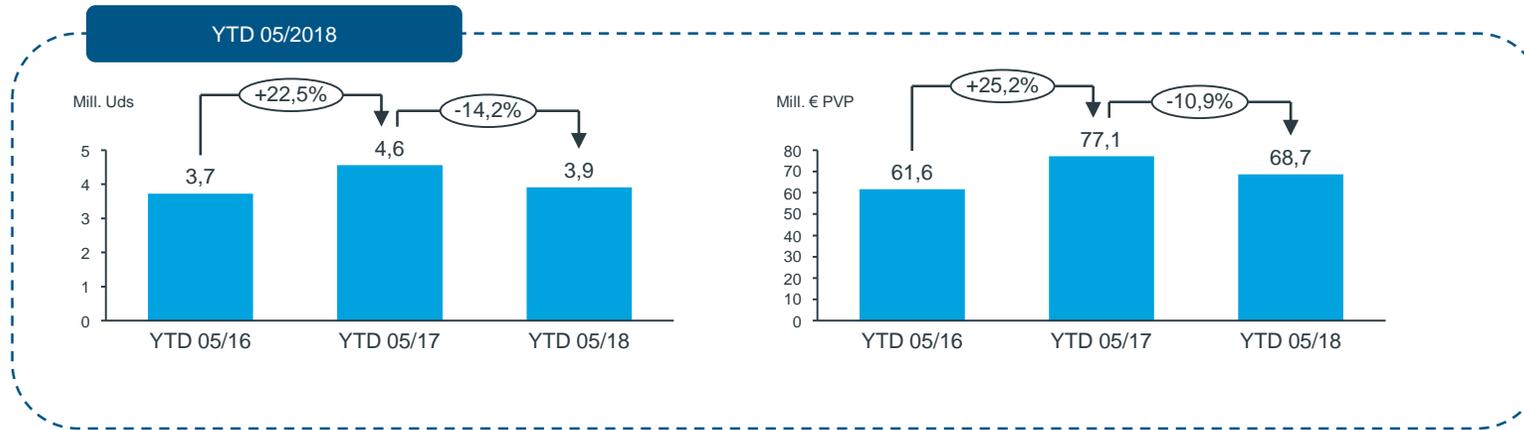
Evolución mensual del Mercado de solares: clase 83F PRODUCTOS SOLARES (05/2015-05/2018)



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

La climatología ha provocado una bajada de las ventas en los 5 primeros meses del año

Esto ha provocado unas caídas importantes en valores que afectan a todo el segmento de Personal Care (PEC)



La caída en el mercado de solares es de 16 Millones de Euros (MAT 05/18 vs MAT 05/17) Siendo la causa del crecimiento negativo observado en el segmento de PEC.

Actualmente PEC decrece -0,8% en valores. Analizando este mercado sin tener en cuenta solares, mostraría una evolución positiva +0,2%

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

Evolución del precio medio		
YTD 05/16	YTD 05/17	YTD 05/18
16,56	16,92	17,57

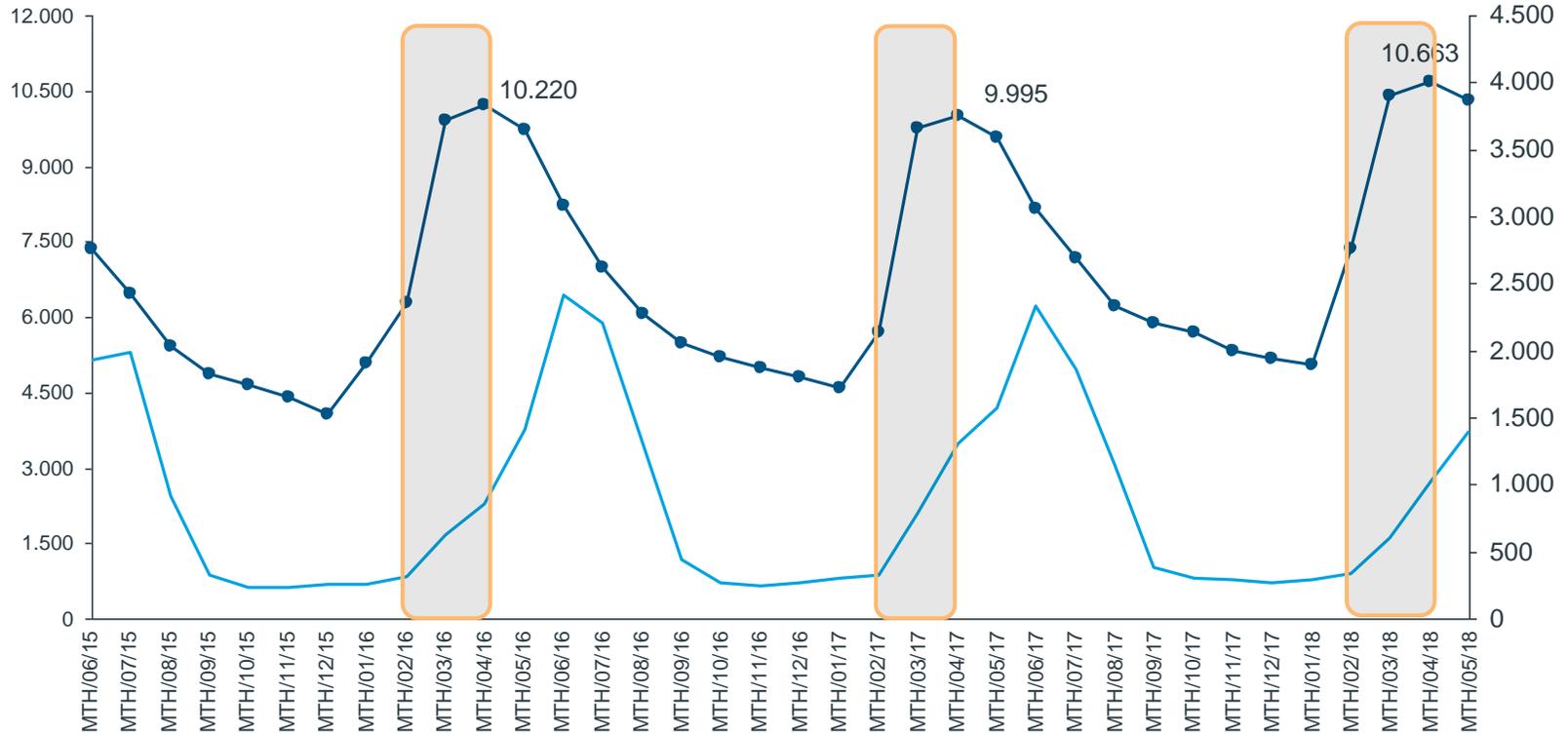
Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 5.600 farmacias
 Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

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

k. Unidades –Stock



k. Unidades –Ventas

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.

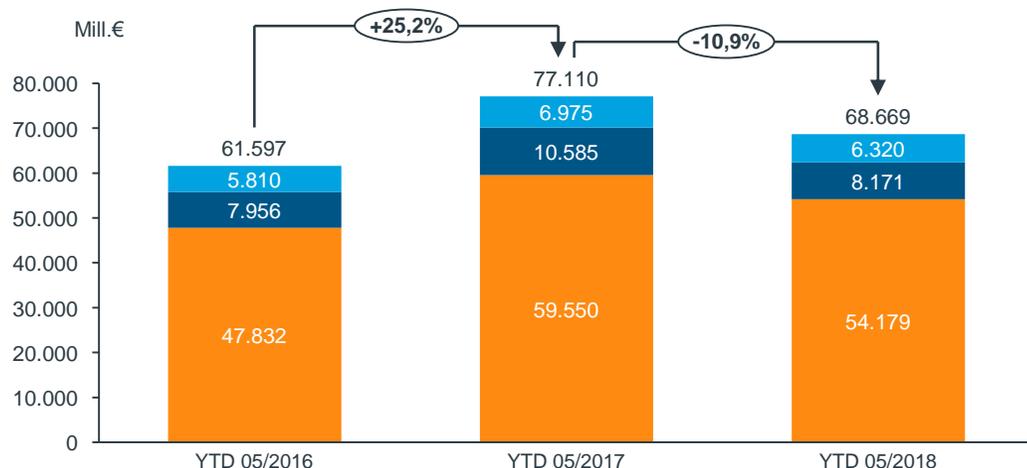
— Sales Units —●— Stock Units

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

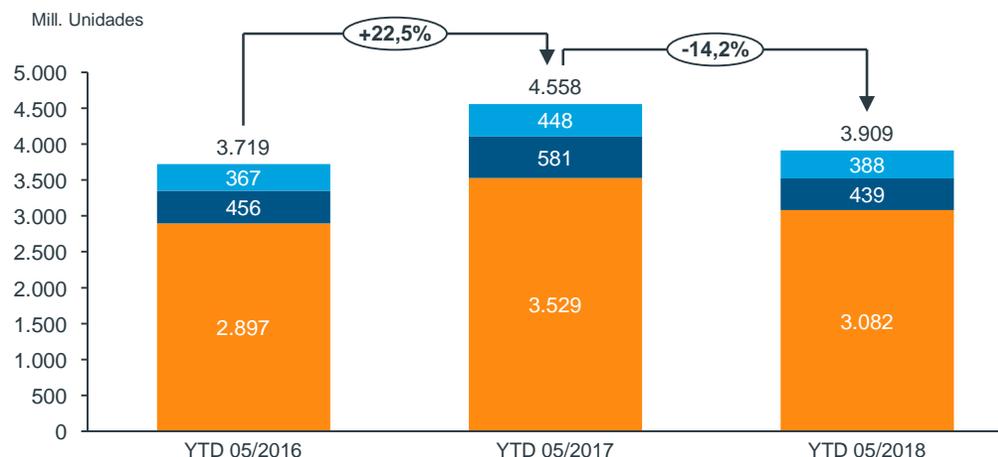
El mercado de solares decrece tanto en valores como en unidades en los 5 primeros meses de 2018

Los productos solares de niños han pasado de ser los que más crecían en valores (+33,1) a decrecer un 22,8% en el YTD 05/18

Evolución del Mercado de solares (Mill. € PVP, YTD 05/2018)



Evolución del Mercado de solares (Mill. UDS, YTD 05/2018)



	% Crec. YTD 05/2017 vs. YTD 05/2016			% Crec. YTD 05/2018 vs. YTD 05/2017		
	Δ valores	Δ unidades	Δ Av.Pvp	Δ valores	Δ unidades	Δ Av.Pvp
■ Otros productos solares*	20,1%	22,1%	-1,7%	-9,4%	-13,3%	4,5%
■ Protector solar niños	33,1%	27,4%	4,4%	-22,8%	-24,4%	2,1%
■ Protector solar adultos	24,5%	21,8%	2,2%	-9%	-12,7%	4,2%

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

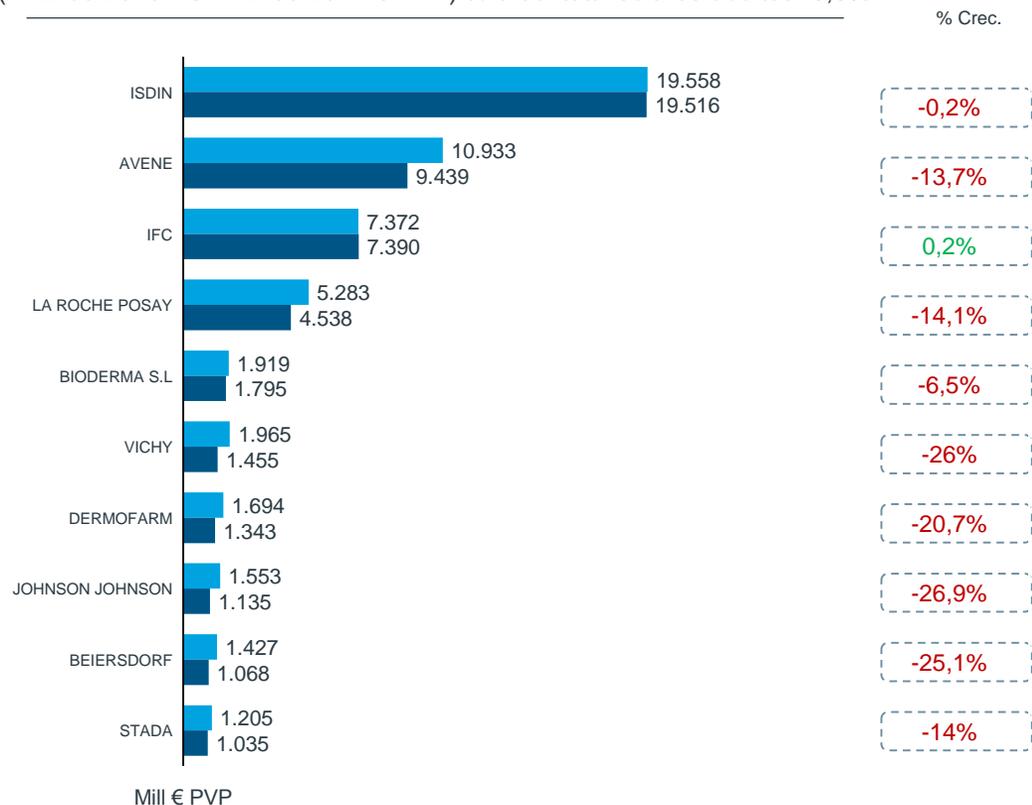
Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

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

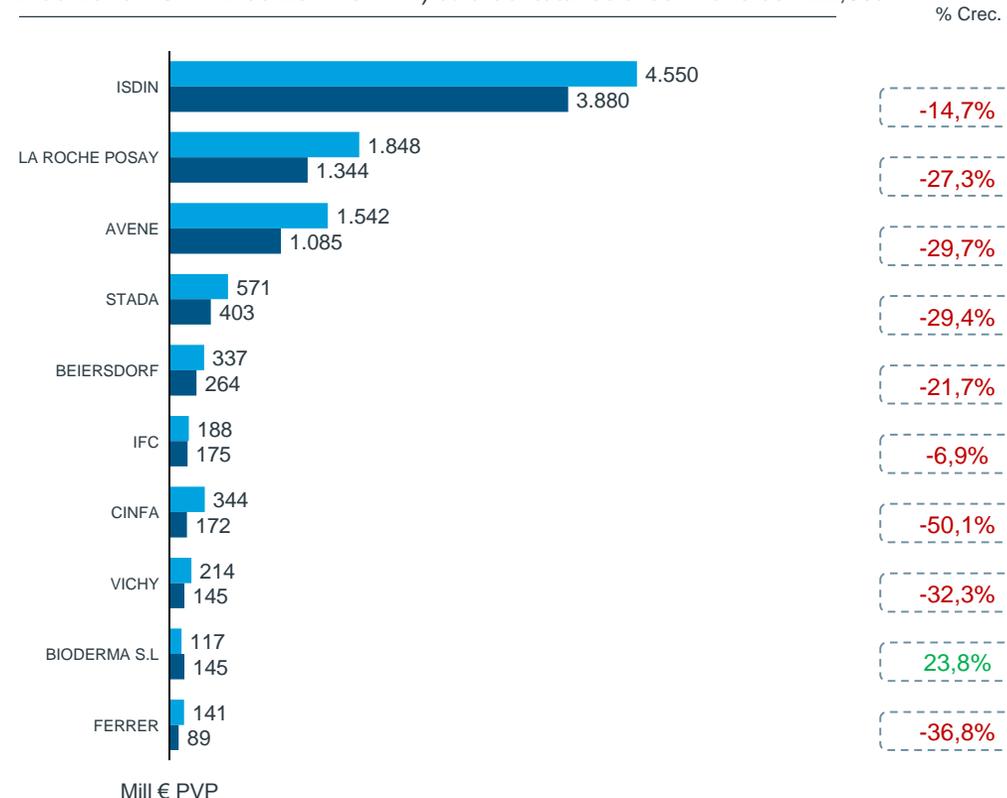
El top 10 Manufacturer tanto de productos solares adultos como infantiles presentan decrecimientos importantes

...ISDIN y IFC son los menos afectados en el mercado de solar adultos.

Evolución top 10 laboratorios solares adultos
(YTD 05/2018 VS YTD 05/2017 € PVP) % crec. total solares adultos -9,0%



Evolución top 10 laboratorios solares infantiles
(YTD 05/2018 VS YTD 05/2017 € PVP) % crec. total solares infantiles: -22,8%



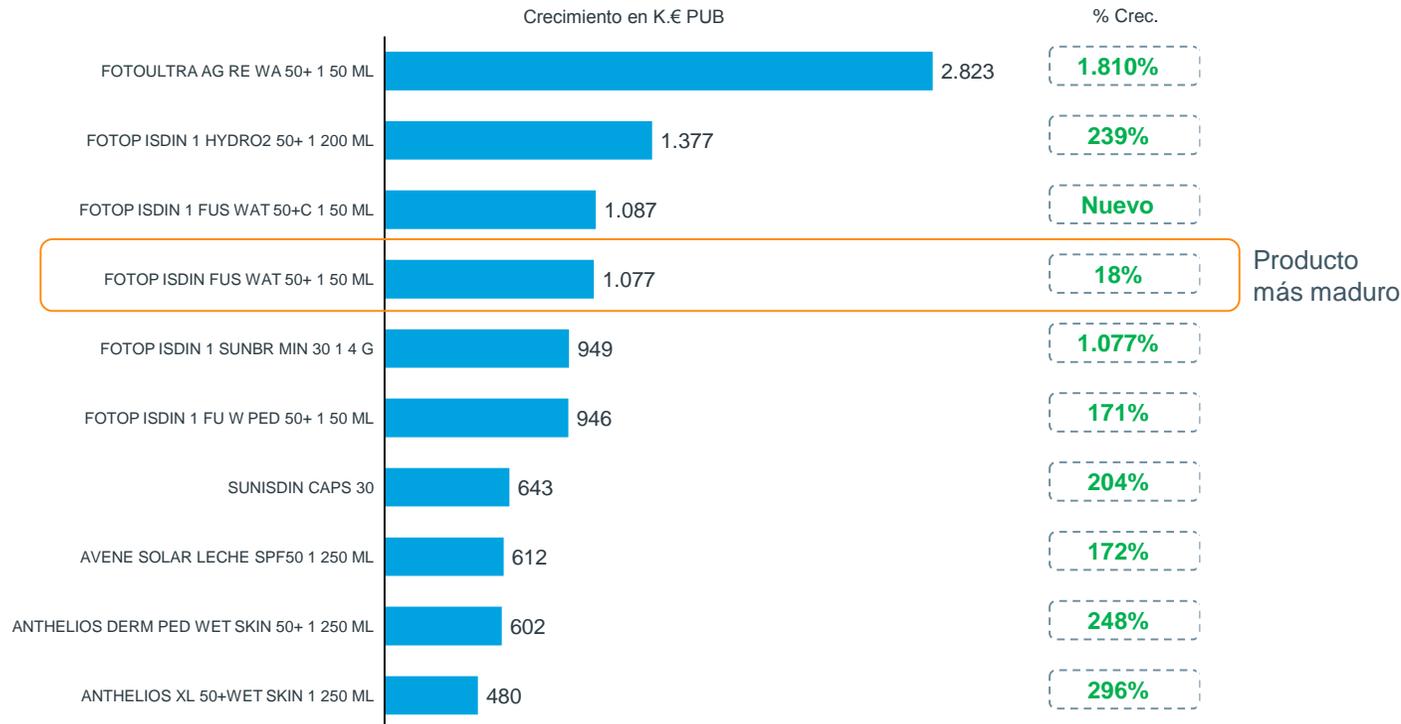
■ YTD 05/2017 ■ YTD 05/2018

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 compensando la caída de la categoría

Entre los 10,6 M€ de crecimiento de los top 10 packs, destaca ISDIN Foto Ultra Age Repair liderando el crecimiento.

Top 10 packs en base al crecimiento en valores Euros (MAT 05/18 vs MAT 05/17)



Aunque el mercado cae, hay productos que tienen crecimientos positivos. La mayoría de estos packs que tienen crecimientos importantes son nuevos o con pocas ventas en el MAT anterior



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de mayo 2018

Junio 2018