



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de noviembre 2018

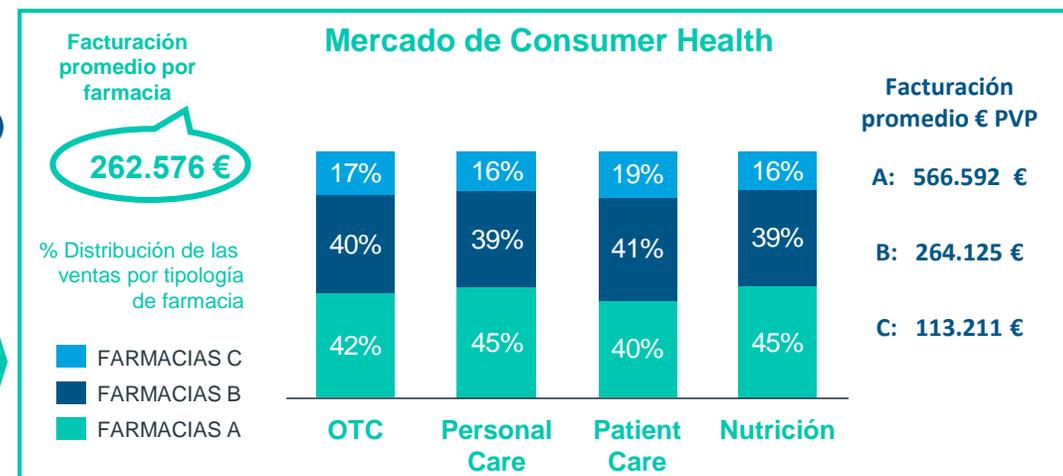
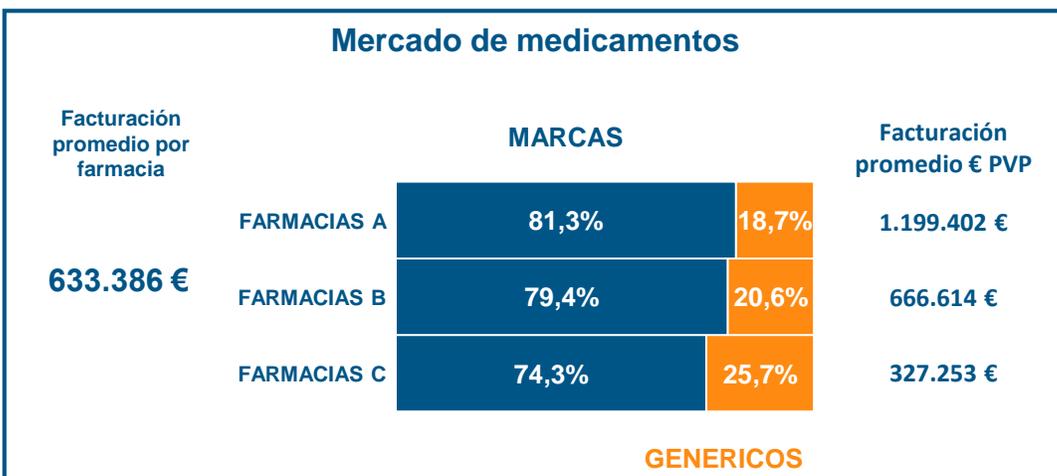
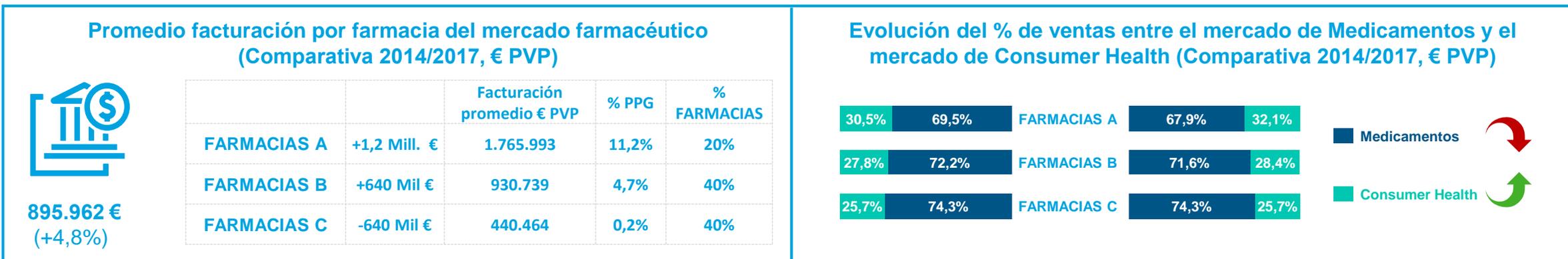
Diciembre 2018

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 del frío

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



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%)

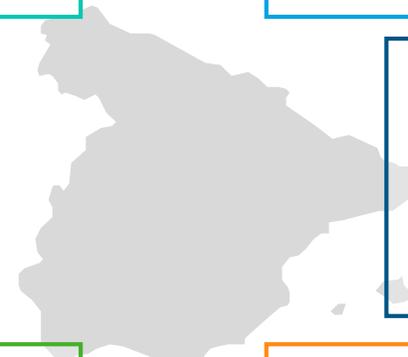
Medicamentos: 28,67 uds/habitante (-1,3%)
Consumer Health: 8,50 uds/habitante (+0,2%)



Consumo en valor

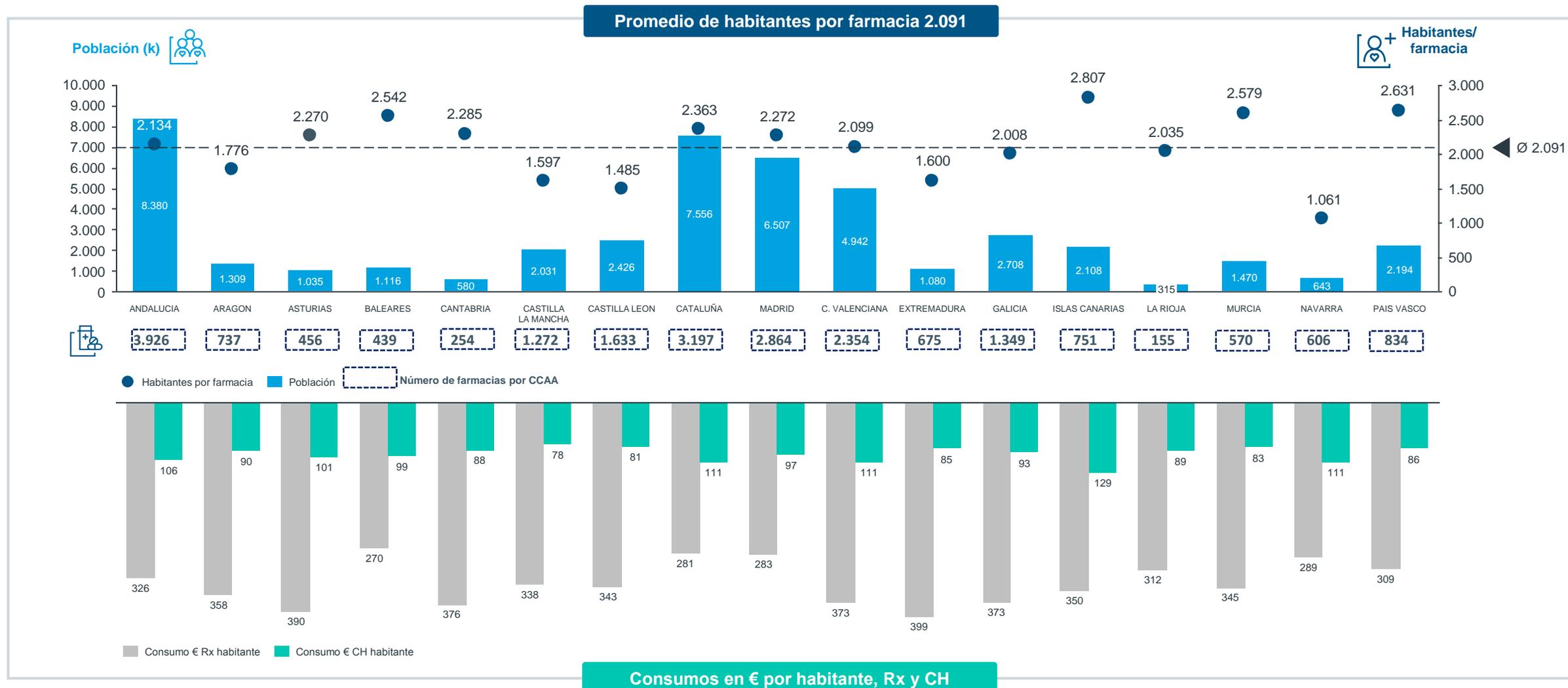
424,62 €/habitante (+0,6%)

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)

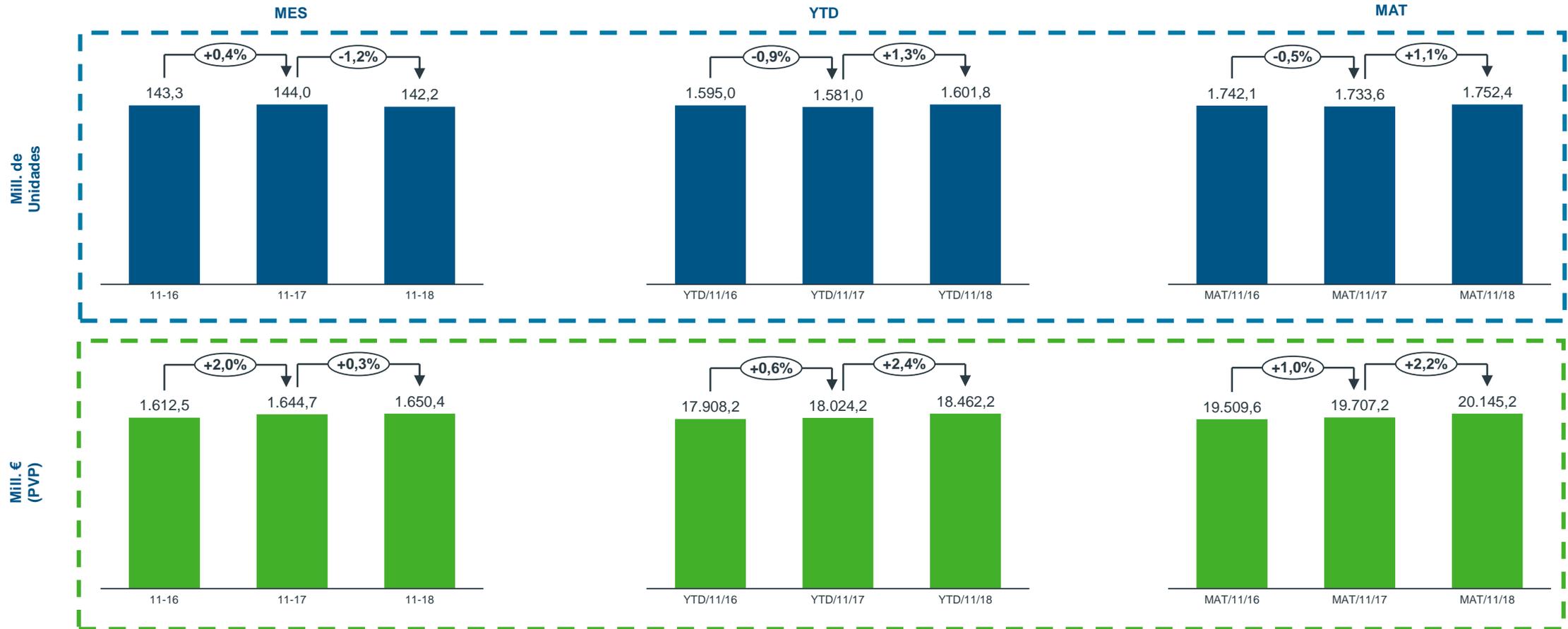


Índice

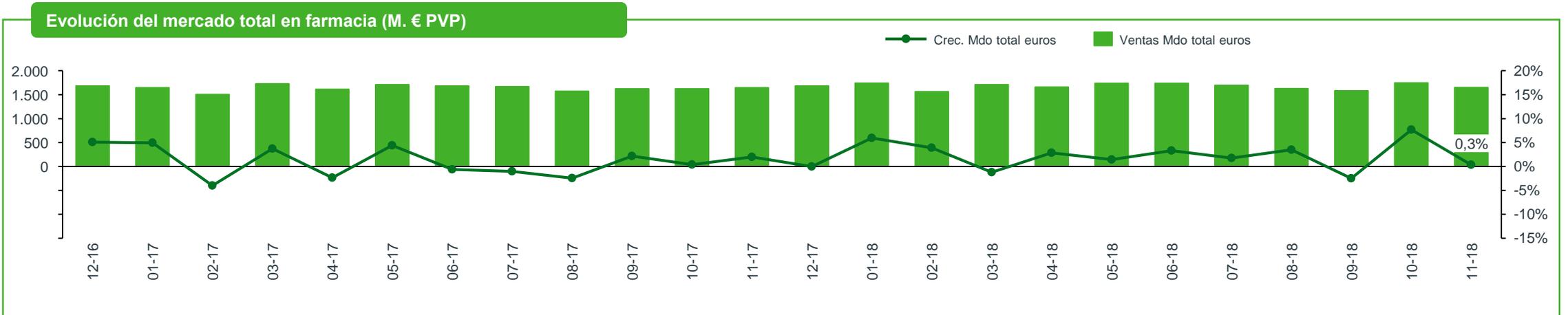
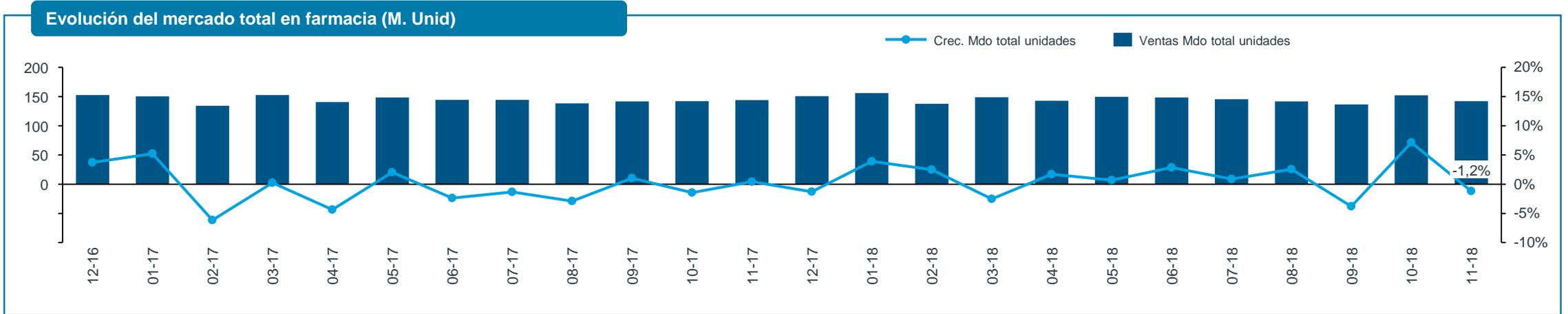
- + Indicadores clave de la farmacia española
- + **Evolución del mercado farmacéutico**
- + Evolución por segmentos:
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
 - + El Mercado del frío

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

Total mercado farmacéutico



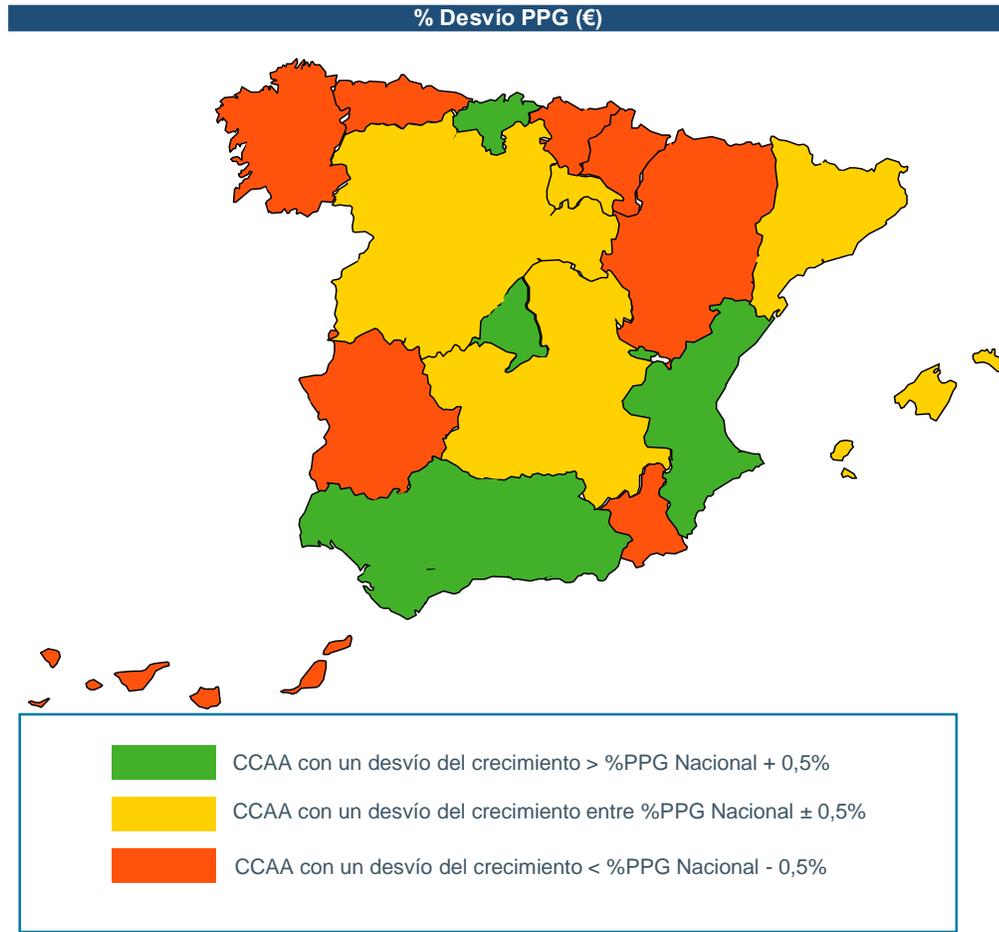
En noviembre, al contrario que en el mes anterior, se frena el mercado decreciendo en valores (-1,2%) aunque creciendo en volumen (+0,3%)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6000 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



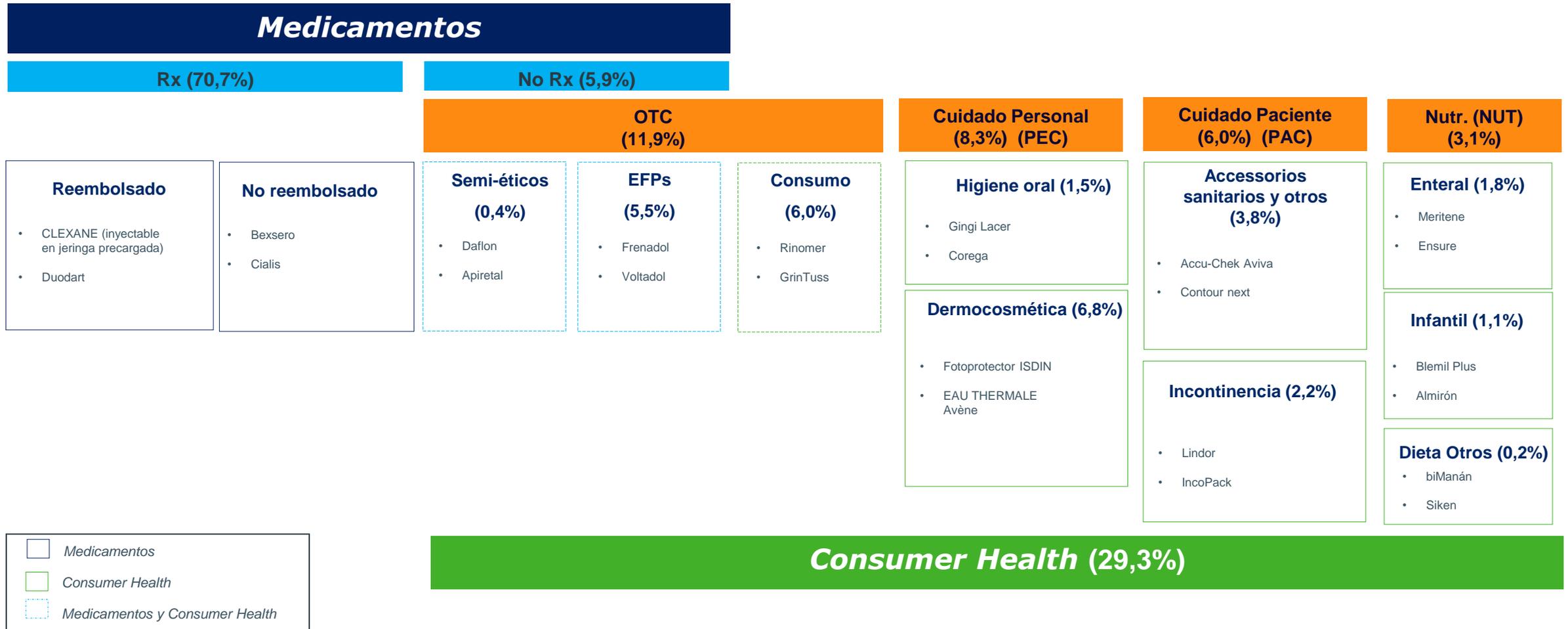
MAT/11/2018	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% €)
ANDALUCIA	3,9%	31,7%
CANTABRIA	3,0%	1,9%
MADRID	3,0%	17,0%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,8%	14,9%
CASTILLA LA MANCHA	2,2%	4,2%
CATALUÑA	2,0%	13,7%
CASTILLA LEON	1,8%	4,2%
BALEARES	1,8%	1,7%
LA RIOJA	1,8%	0,5%
EXTREMADURA	1,6%	1,9%
ARAGON	1,3%	1,7%
ISLAS CANARIAS	1,1%	2,6%
GALICIA	0,9%	2,7%
MURCIA	0,6%	0,9%
PAIS VASCO	0,5%	1,0%
ASTURIAS	0,1%	0,1%
NAVARRA	-1,2%	-0,7%
TOTAL NACIONAL	2,2%	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 del frío

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 11/2018 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

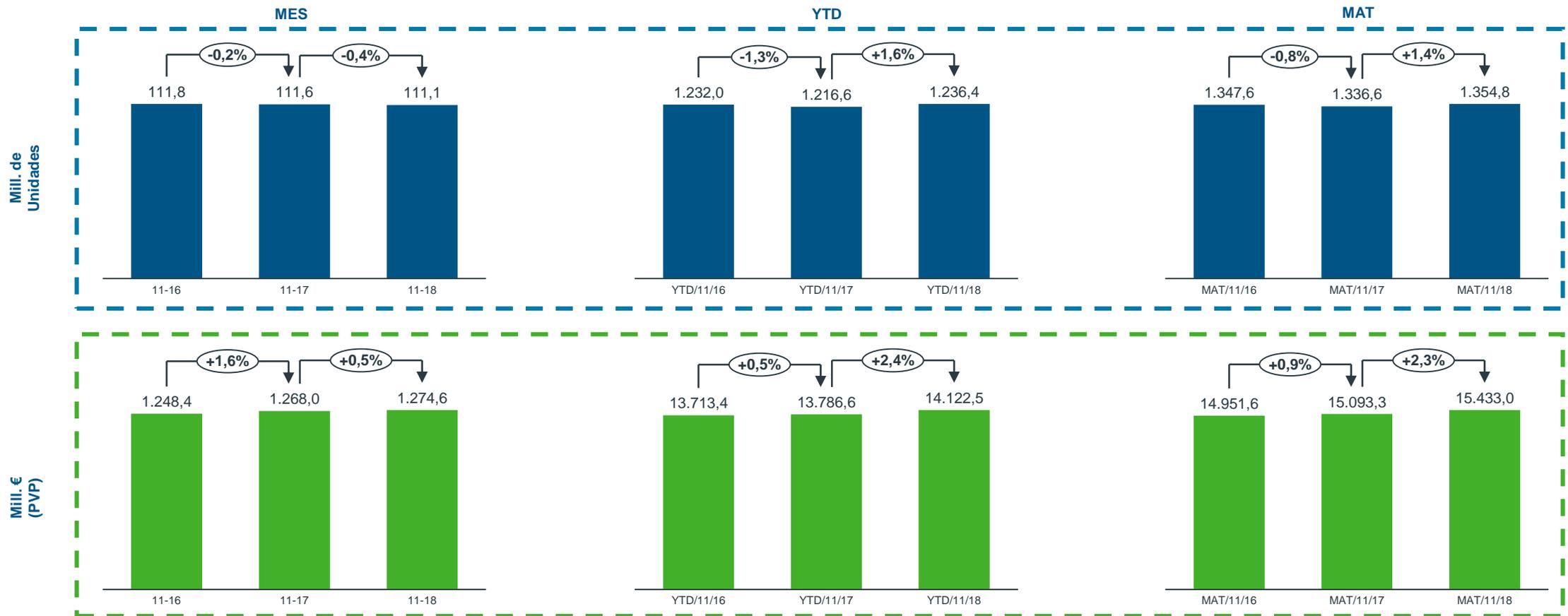
Índice

- + 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 del frío

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

El acumulado hasta noviembre de 2018 presenta mejores crecimientos que el año pasado, especialmente en volumen donde se revierte la tendencia negativa

Mercado de Medicamentos



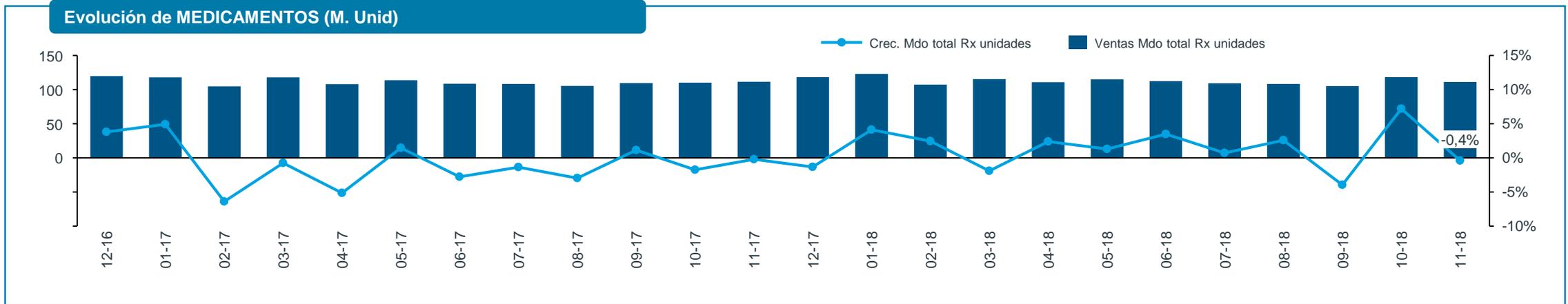
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6000 farmacias

En el mes de noviembre el mercado decrece en valores (-0,4%), aunque crece en unidades (+0,5%) vs el mismo periodo del año anterior

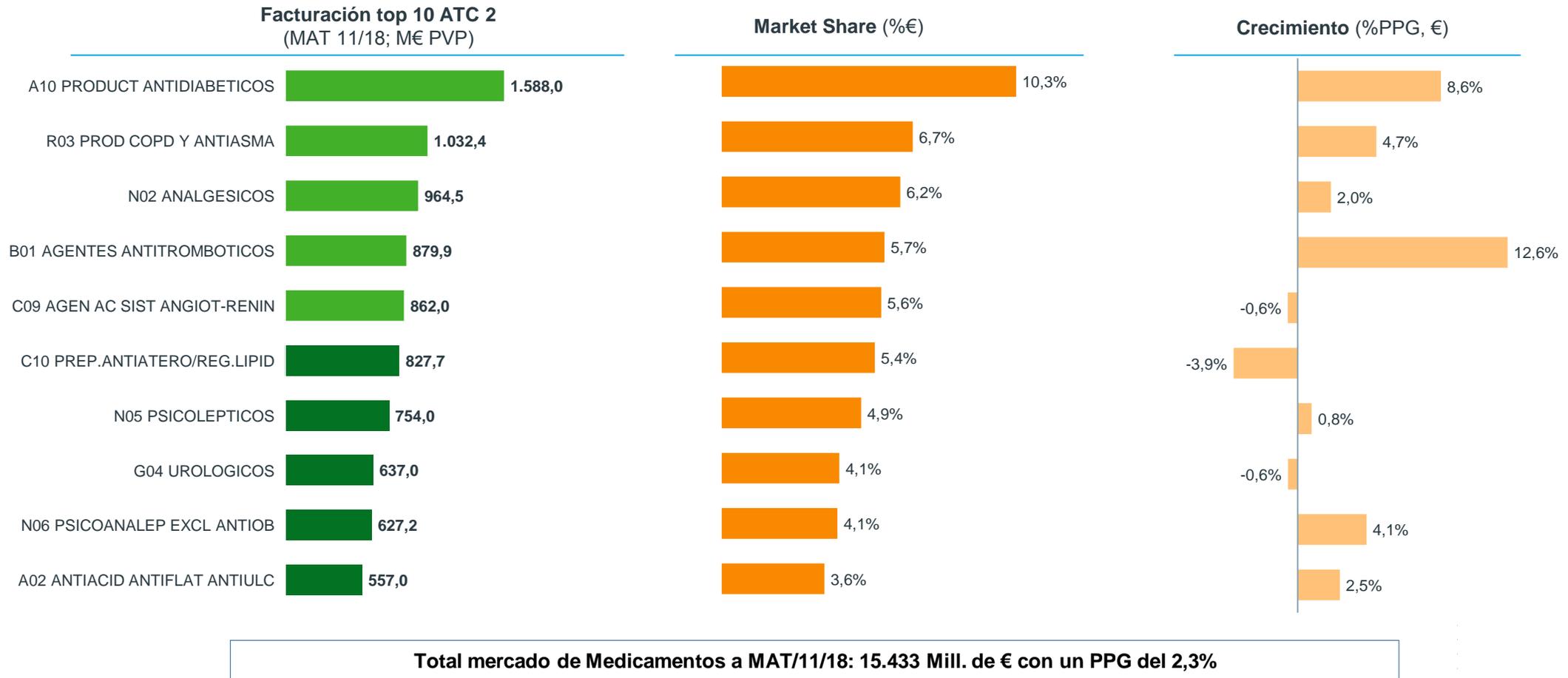
El mercado revierte la evolución positiva del mes anterior



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6000 farmacias

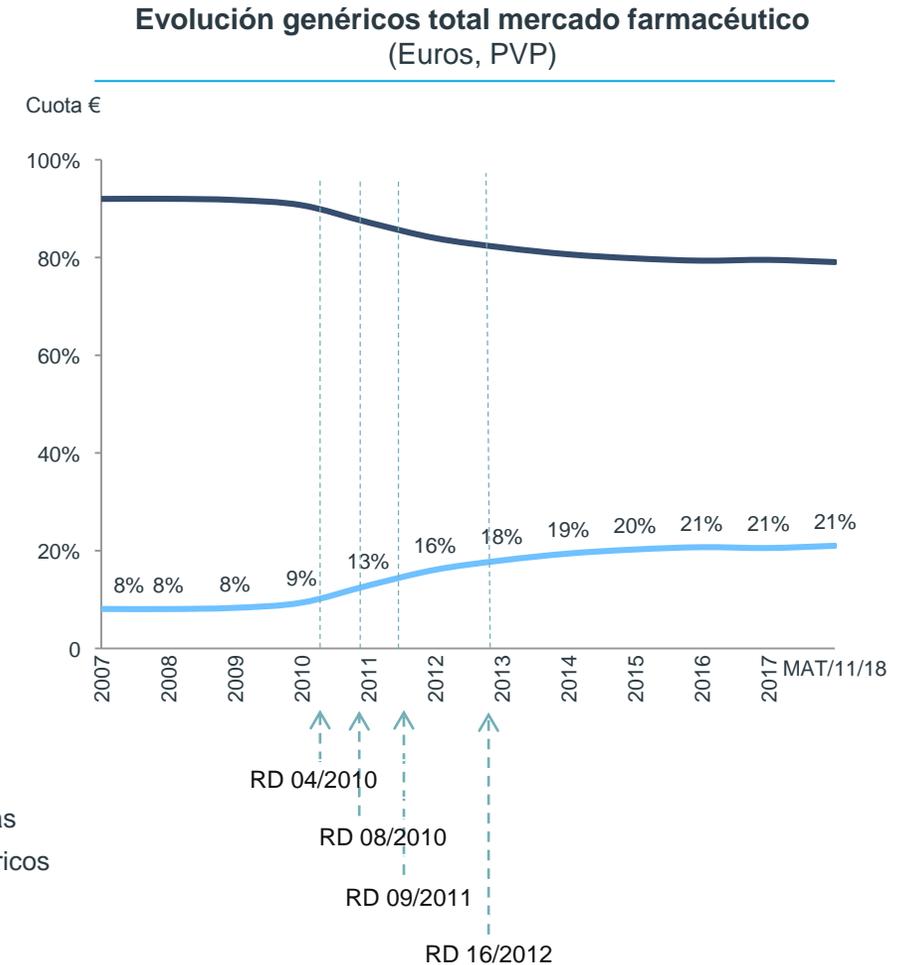
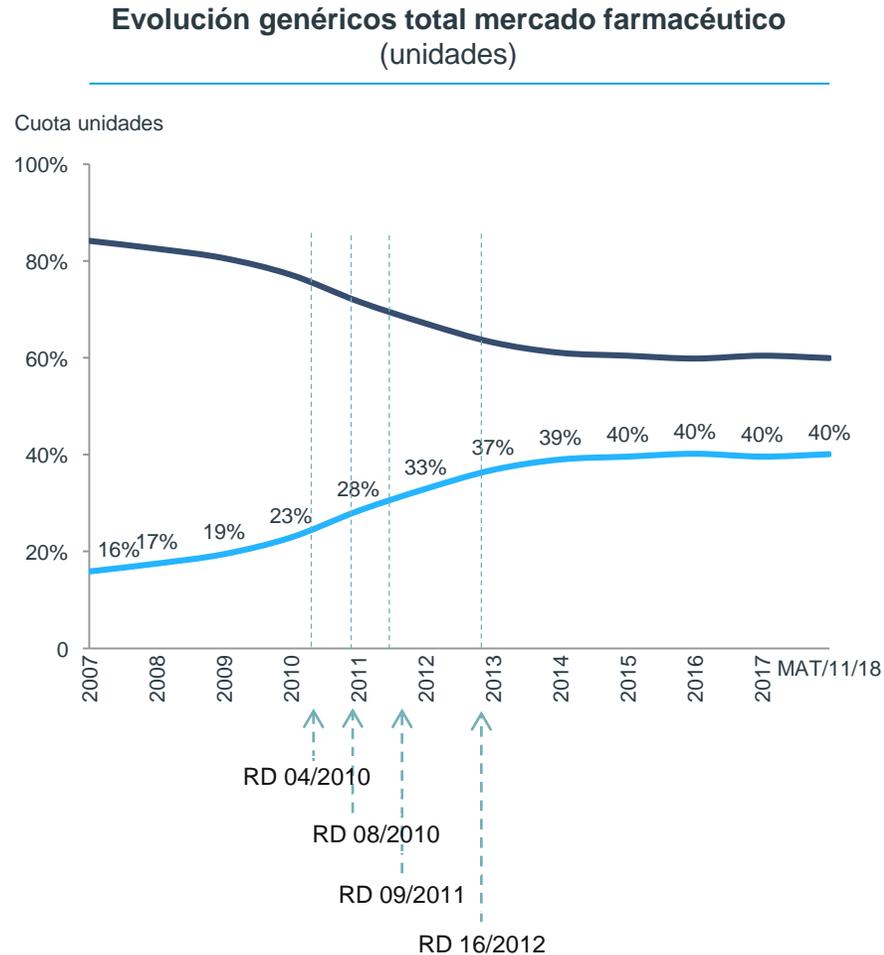
Los NACOs y los antidiabéticos siguen siendo las clases que más contribuyen al crecimiento positivo del mercado de prescripción

Clexane es el producto con mayor facturación de la clase de antitrombóticos pero es el único de los Top 5 que decrece, mientras Eliquis, Xarelto, Hibor y Pradaxa crecen a doble dígito



Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades...

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

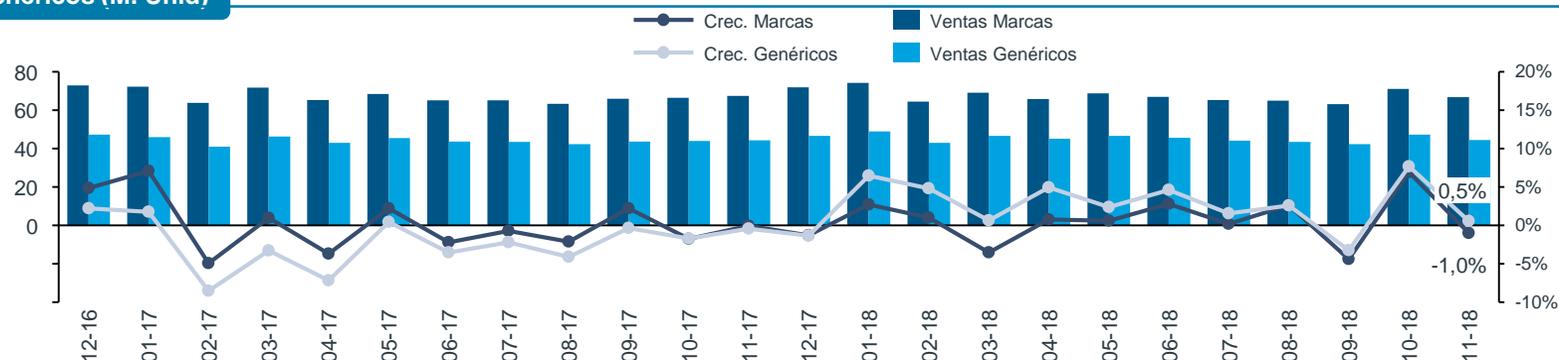
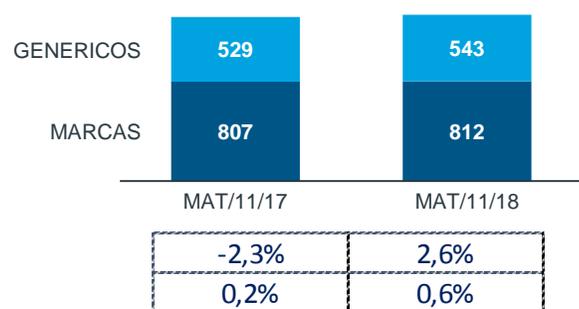


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6000 farmacias

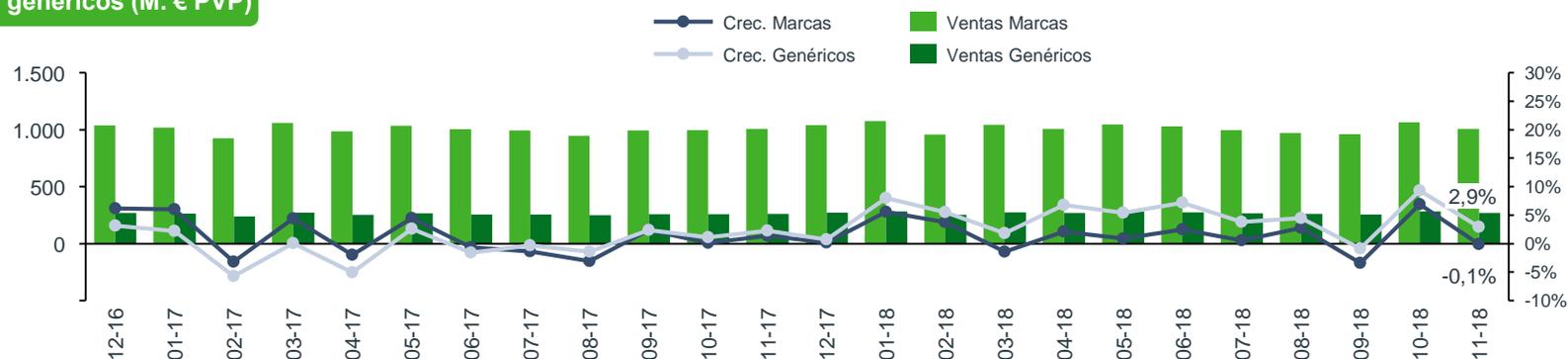
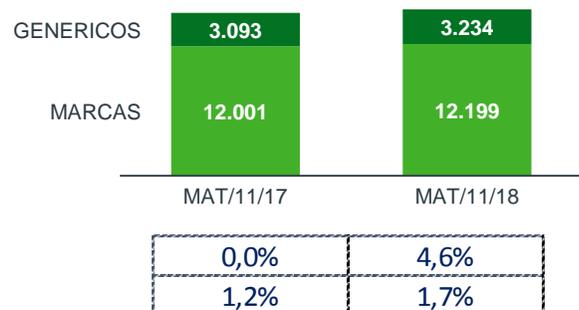
En el acumulado de los últimos 12 meses, los genéricos muestran crecimientos por encima de las marcas tanto en unidades como en valores

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

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

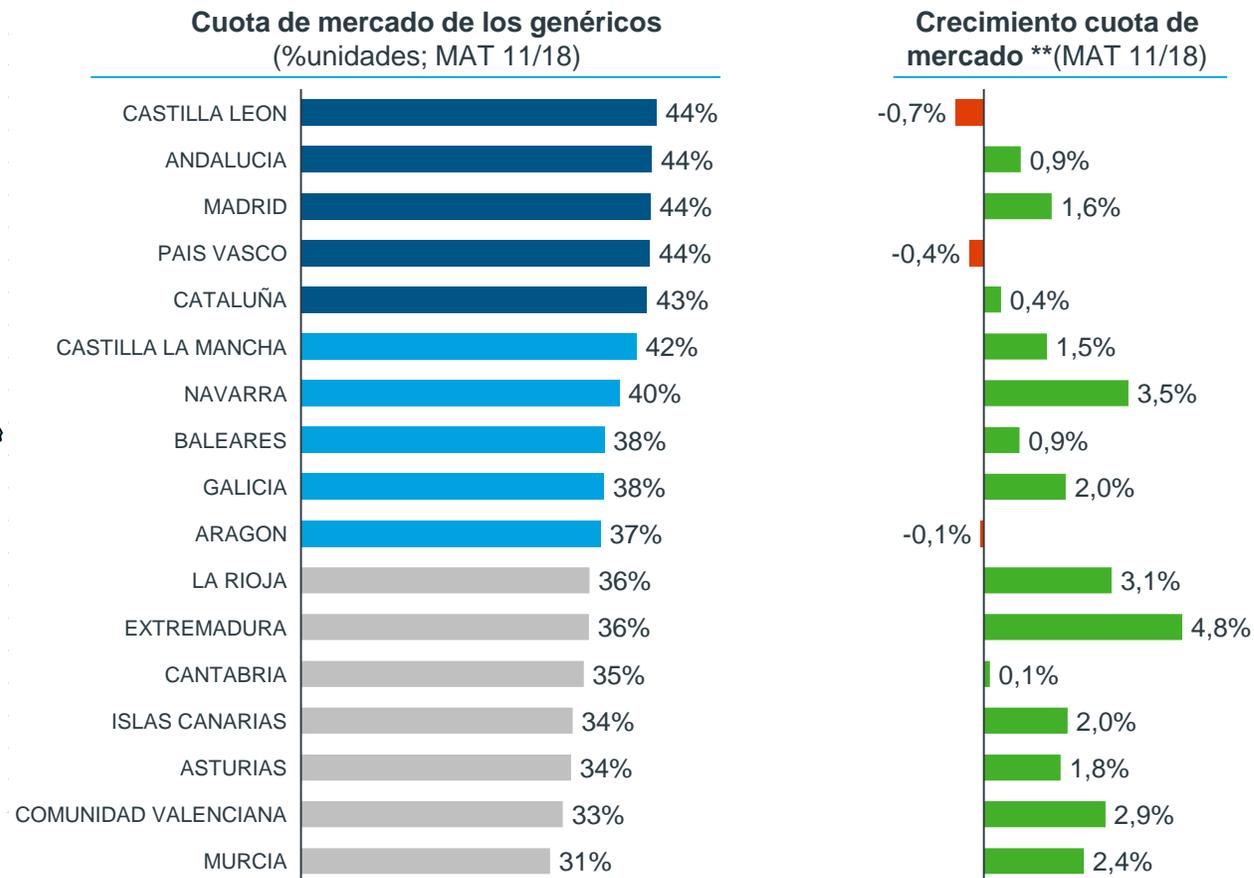
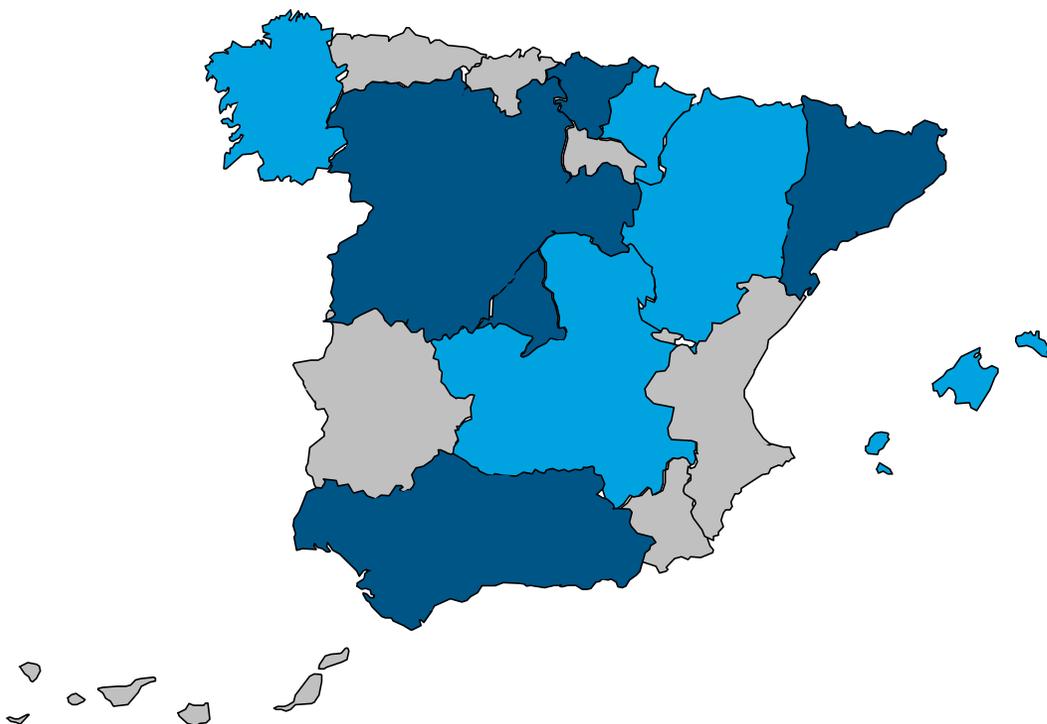


Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. € PVP)



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

No obstante, en Castilla y León, País Vasco y Aragón el genérico ha perdido cuota de mercado frente al 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 6000 farmacias

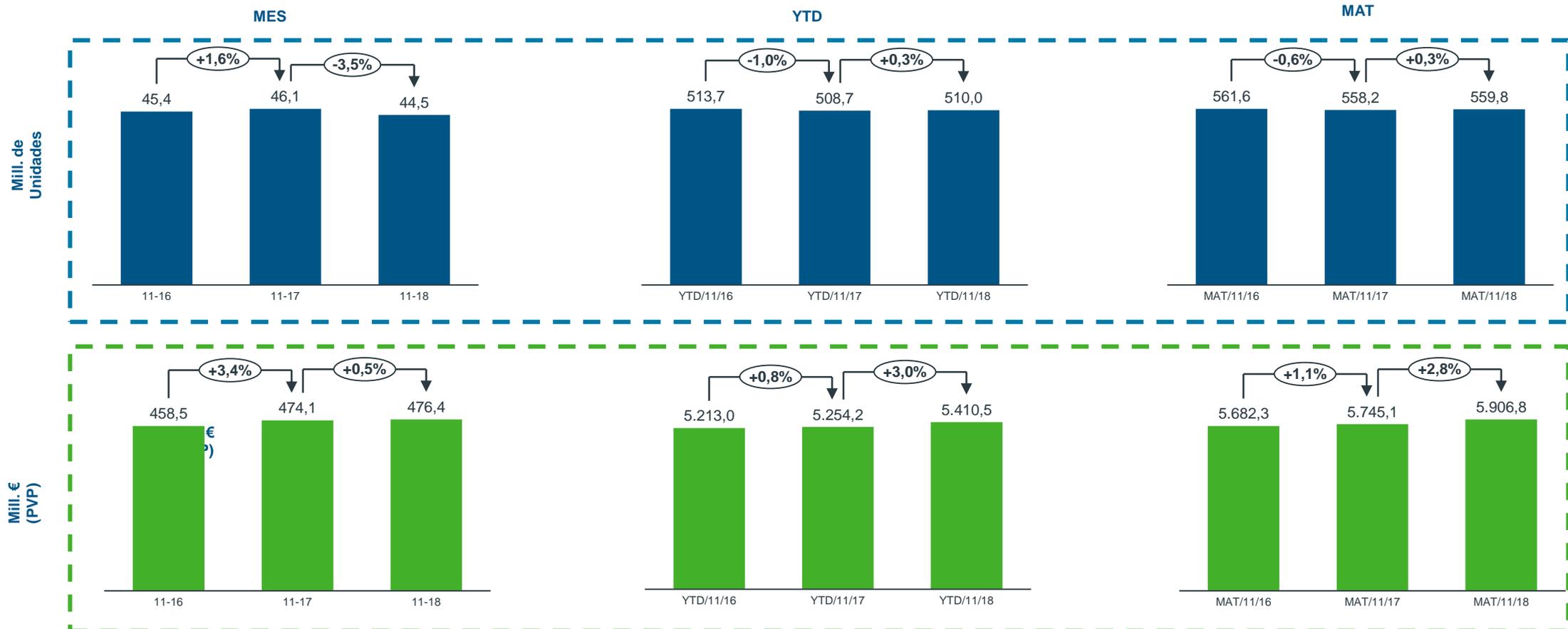
Índice

- + 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 del frío

En el acumulado del año, Consumer Health muestra tendencias positivas en volumen (+0,3%) y además, ha acelerado su crecimiento en valores (+2,8%)

Al contrario que el año pasado, el mes de noviembre presenta un decrecimiento en unidades

Mercado de Consumer Health



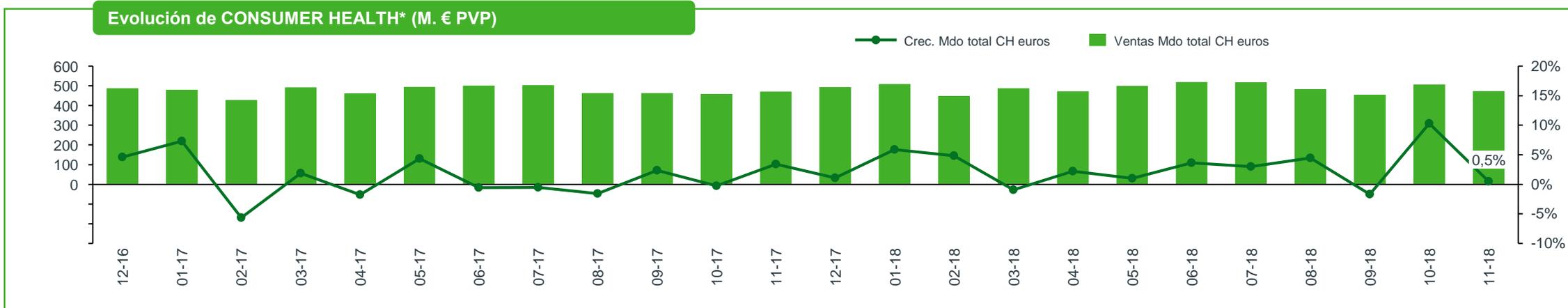
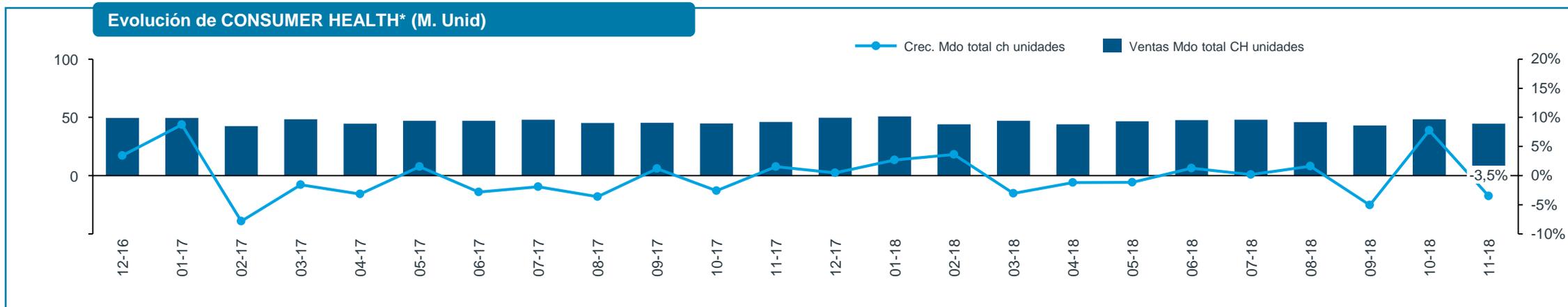
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semióticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6000 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de noviembre un +0,5% en valores y decrece un -3,5% en unidades

El mes de noviembre revierte la tendencia positiva del mes de octubre, decreciendo en unidades y valores frente a éste

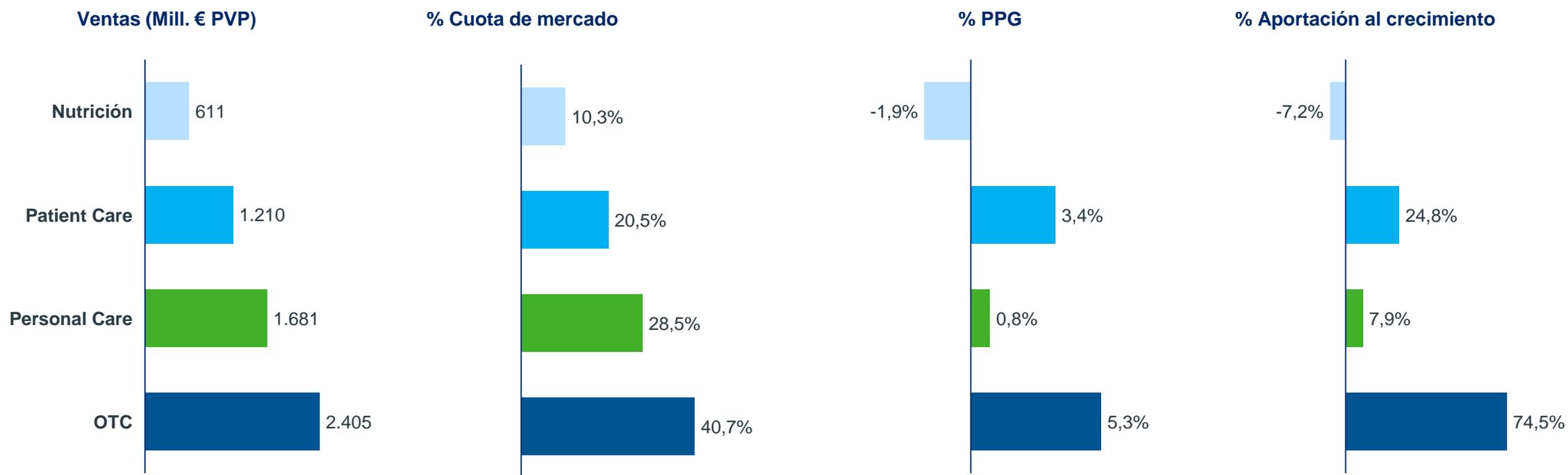


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6000 farmacias

El 74,5% 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

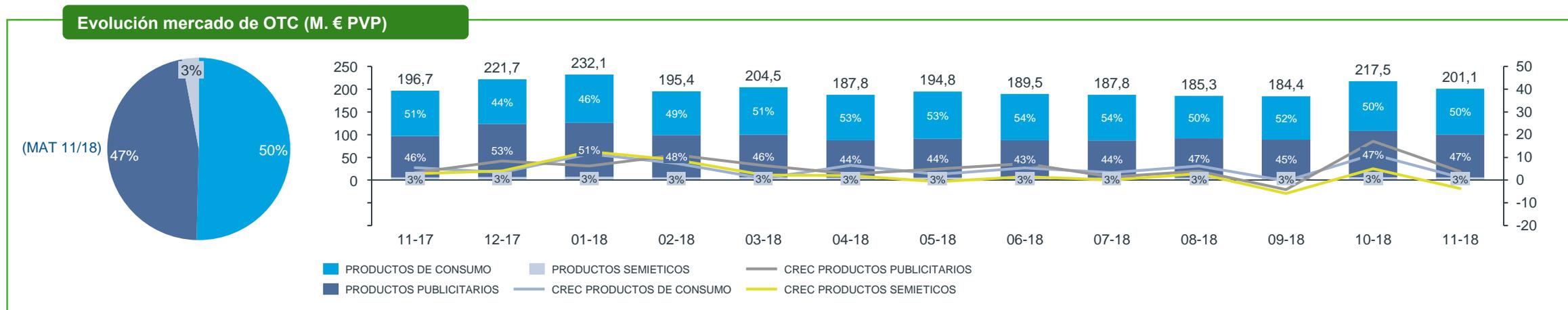
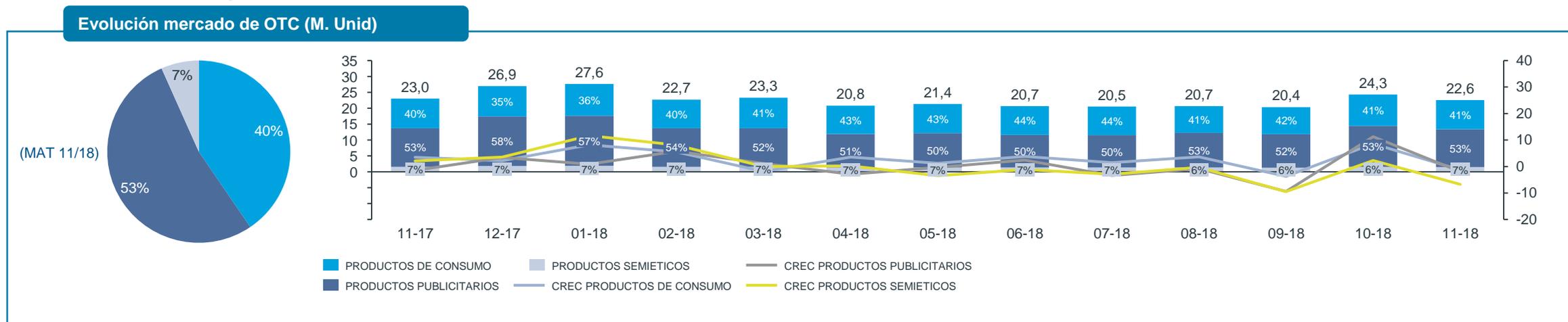
Mercado de Consumer Health (Mill.€ PVP, MAT/11/2018)



Total mercado Consumer Health a MAT/11/18: 5.907 Mill. de € con un PPG del 2,8%

Los productos publicitarios son los que presentan un mayor crecimiento durante el mes de noviembre (+3,7% en valores)

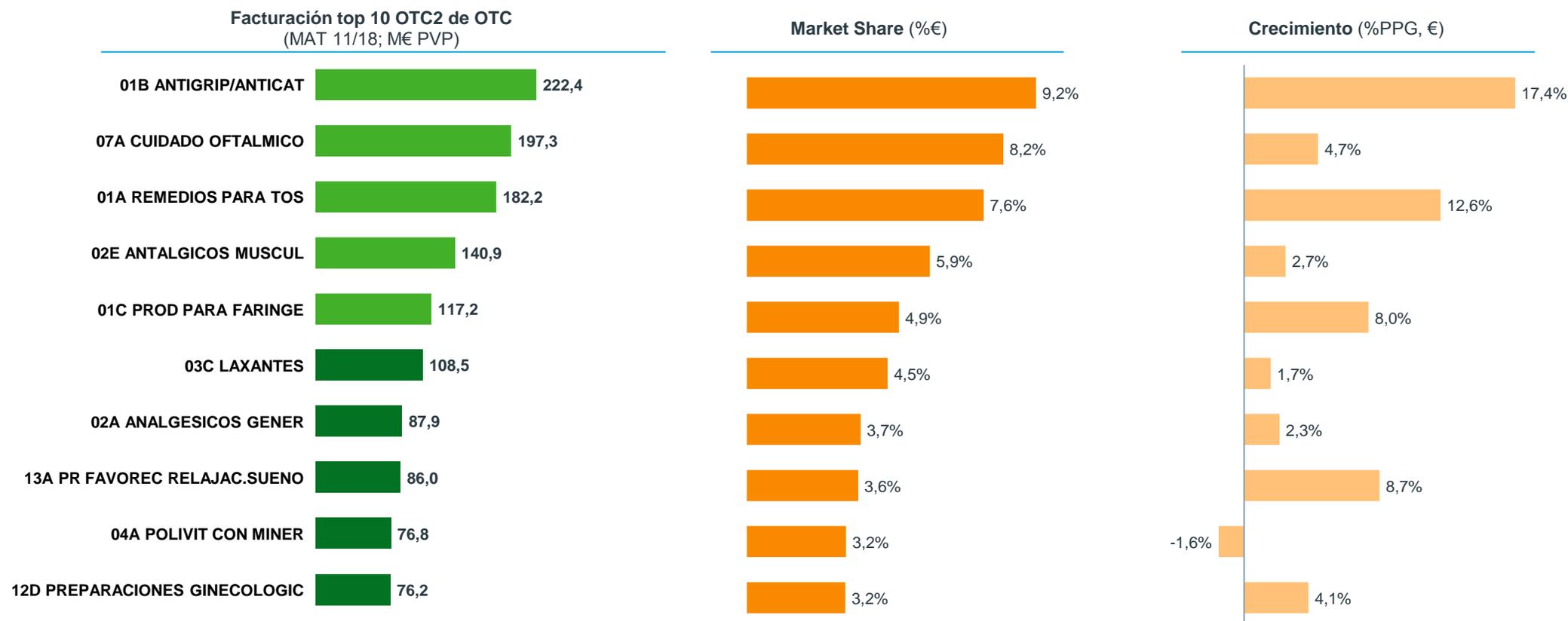
Los productos de consumo son los que crecen más este mes de noviembre, creciendo un 4,8% vs el mismo periodo del año pasado



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6000 farmacias

9 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los Polivitamínicos/Minerales los únicos que decrecen (-1,6%)

3 de las Top 10 categorías pertenecen al mercado del frío, y dos de ellas crecen a doble dígito

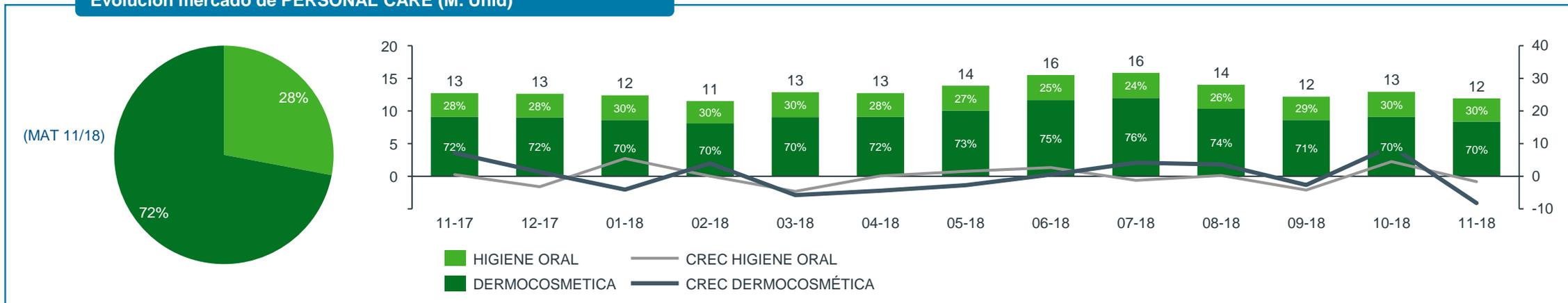


Total mercado OTC a MAT/11/18: 2.405 Mill. de € con un PPG del 5,3%

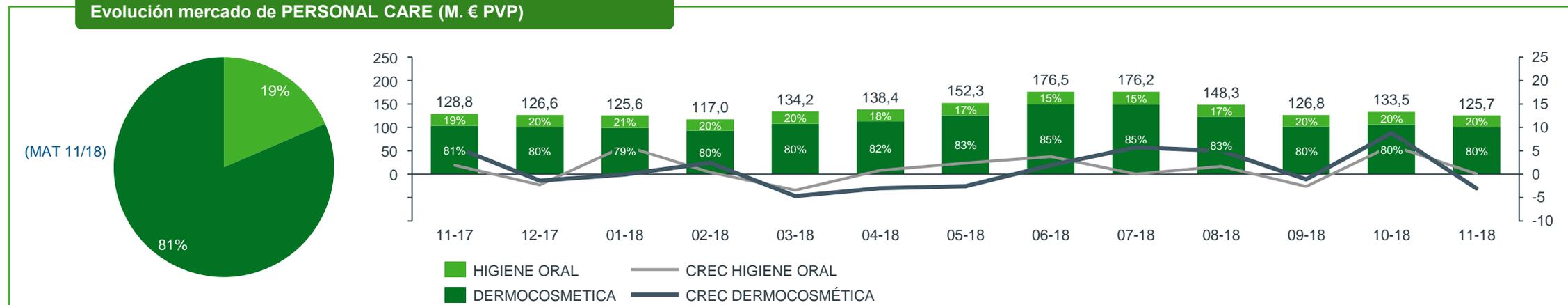
Ambos subsegmentos de PEC (Dermocosmética e Higiene Oral) muestran tendencias negativas en unidades para el mes de noviembre

El segmento de dermatocosmética cae un -8,2% en unidades frente al mismo periodo del año anterior habiendo 3 de los Top 5 laboratorios con evolución negativa : Isdin (-6,3%), Avène (-12,8%) y Vichy (-8,4%)

Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. Unid)



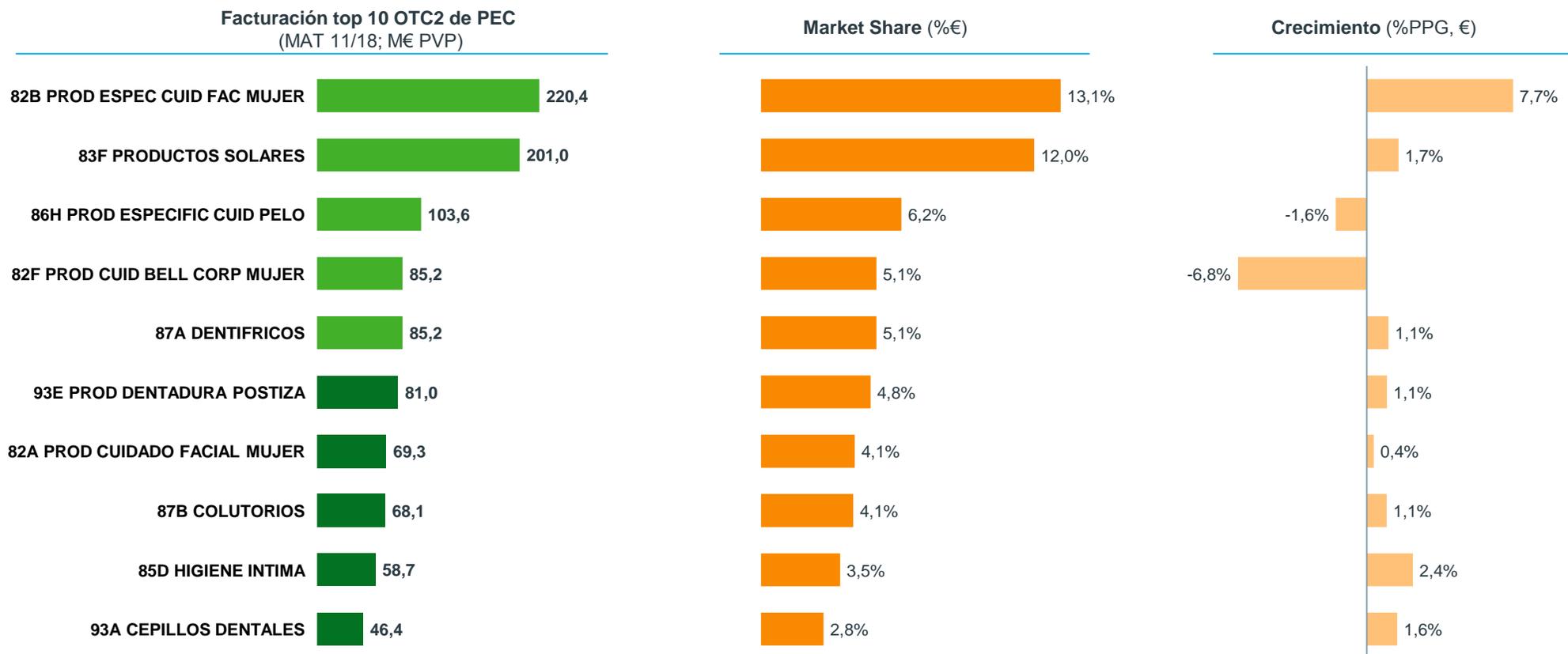
Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. € PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6000 farmacias

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

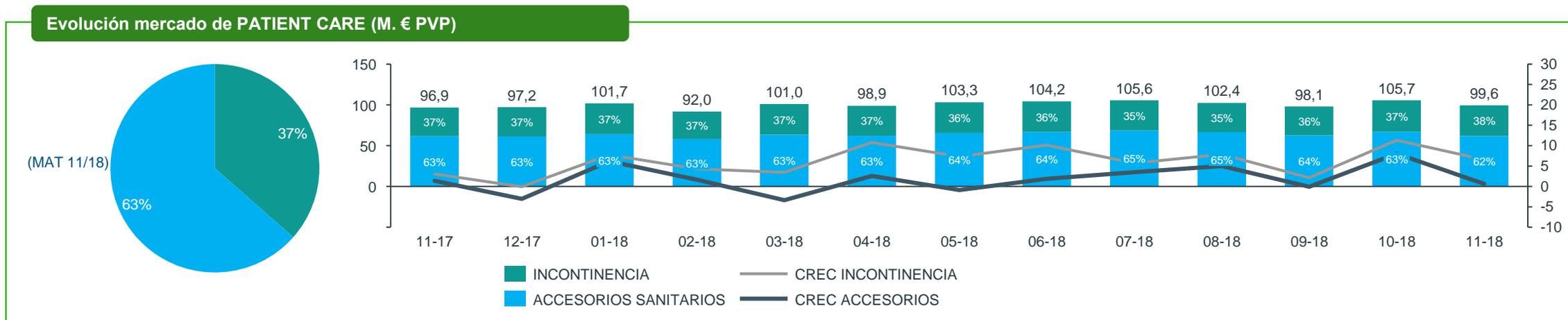
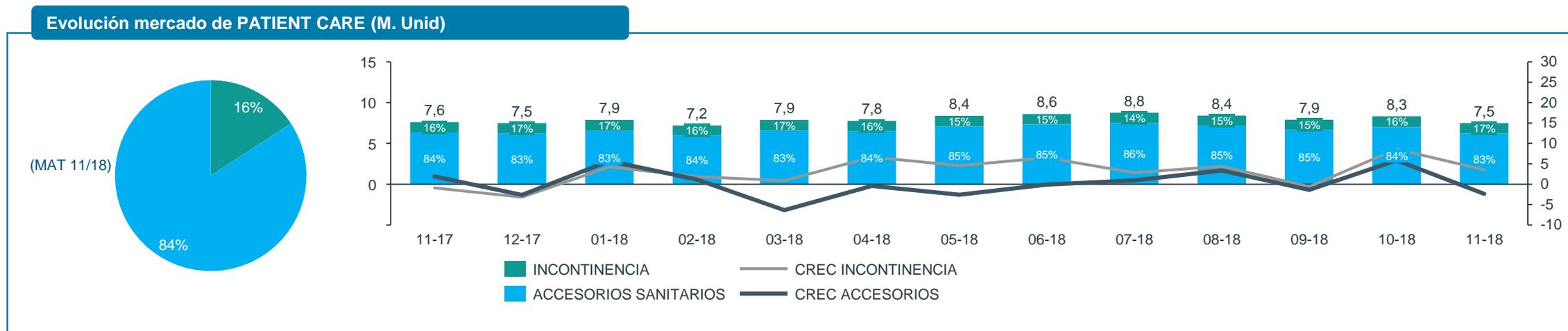
Martiderm, Eucerin y Caudalie son las 3 de las top 5 Marcas que siguen creciendo a doble dígito



Total mercado PEC a MAT/11/18: 1.681 Mill. de € con un PPG del 0,8%

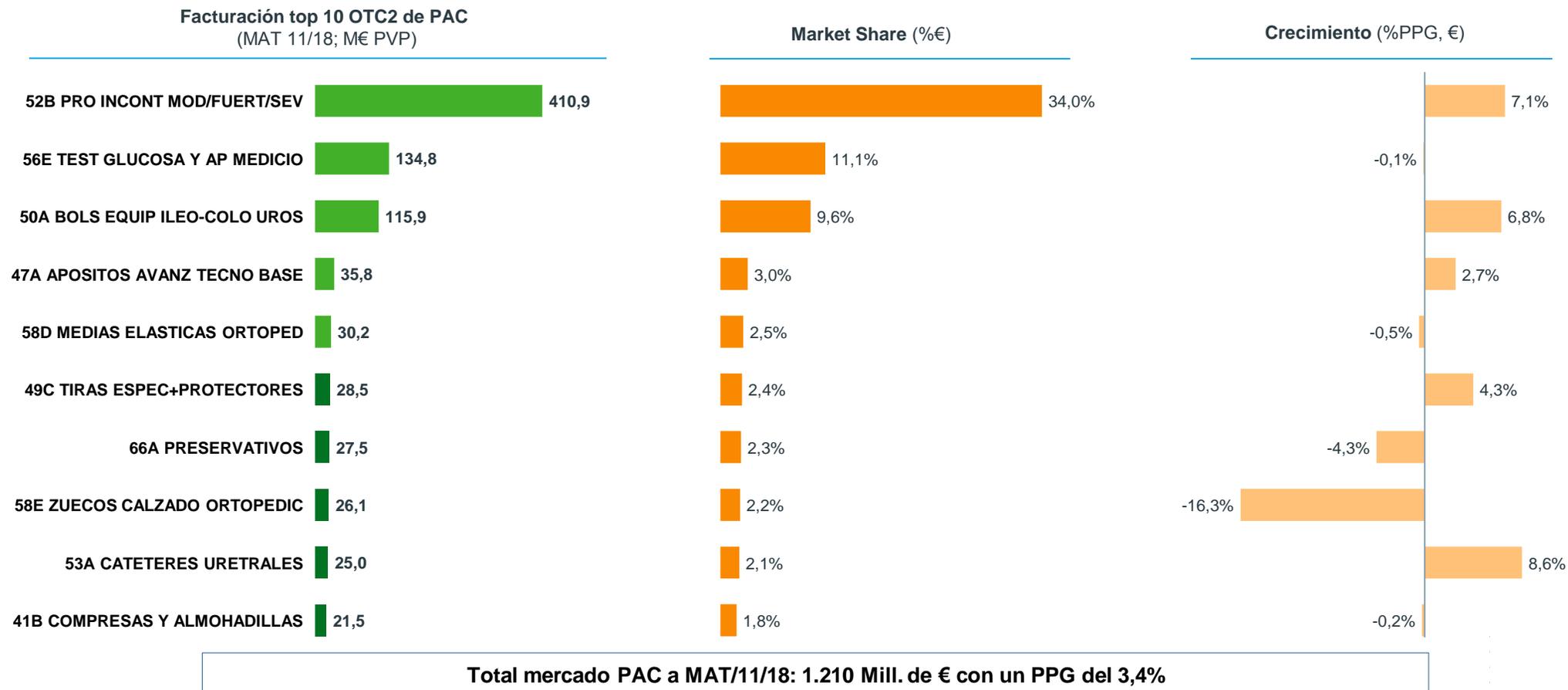
En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 63% del mercado de PAC en valores

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



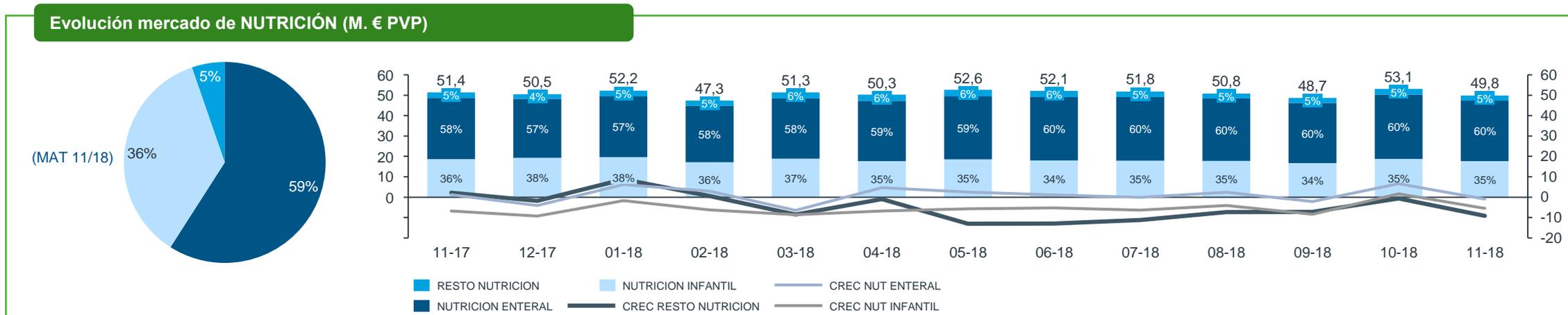
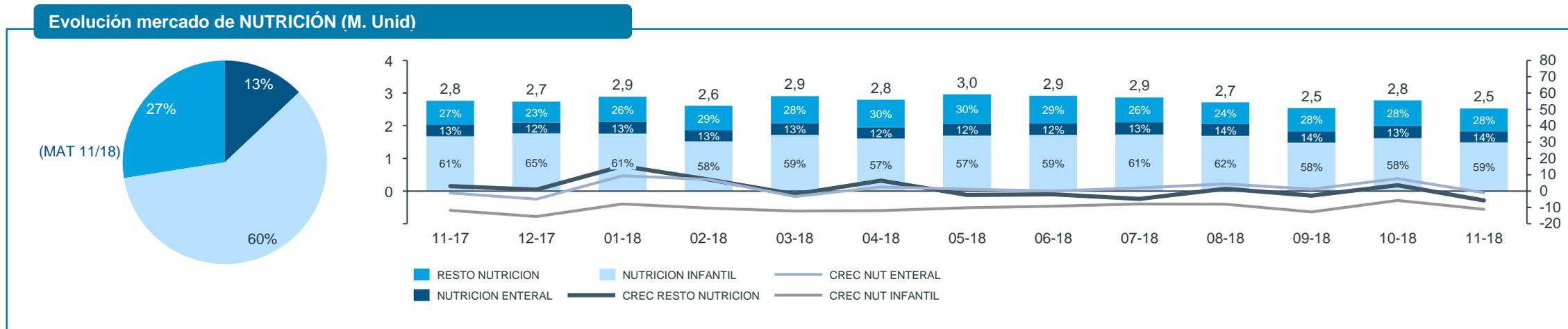
Los productos para incontinencia son la clase con mayor cuota de mercado dentro de PAC (34%) y es también la que más aporta a este mercado (27,2 M€)

De las top 5 marcas, sólo Incopack y ABS muestran un crecimiento positivo, mientras que Tena y Lindor siguen decreciendo (-7,3 y -9,5% respectivamente)



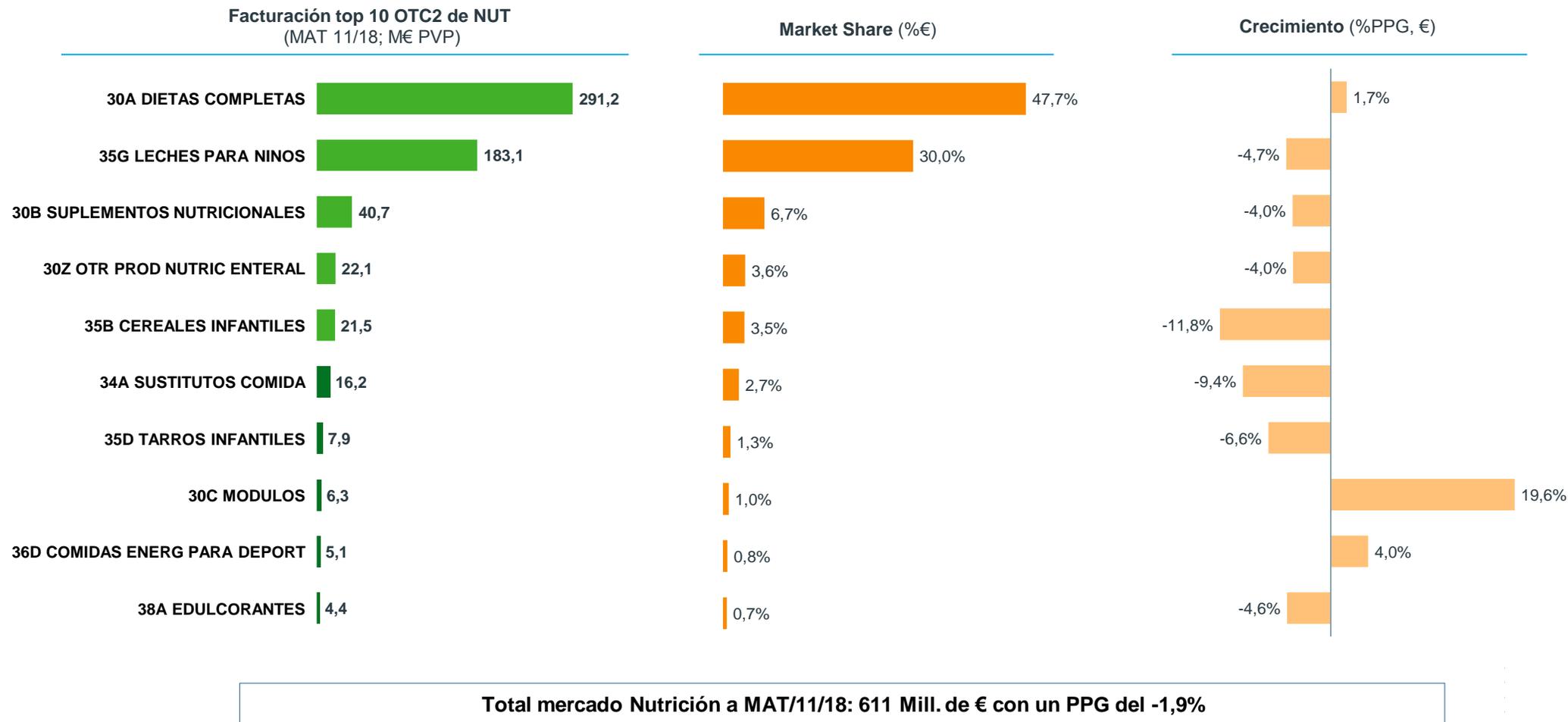
El decrecimiento del mercado de nutrición en los últimos 12 meses se debe tanto al decrecimiento de nutrición infantil como al resto nutrición

En noviembre 2018, nutrición enteral decrece un -1%; nutrición infantil decrece -5,6% y el resto nutrición decrece un -9,2% en valores



El mercado de nutrición decrece 11,7M €, siendo la categoría de las leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-4,7%, -9,1M €)

Dietas Completas sigue siendo la clase terapéutica con mayor peso (47,7%) con un crecimiento del 1,7% 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 del frío**

Definimos el mercado del frío como un conjunto de clases, mayoritariamente del aparato respiratorio

Mercado del frío ❄️

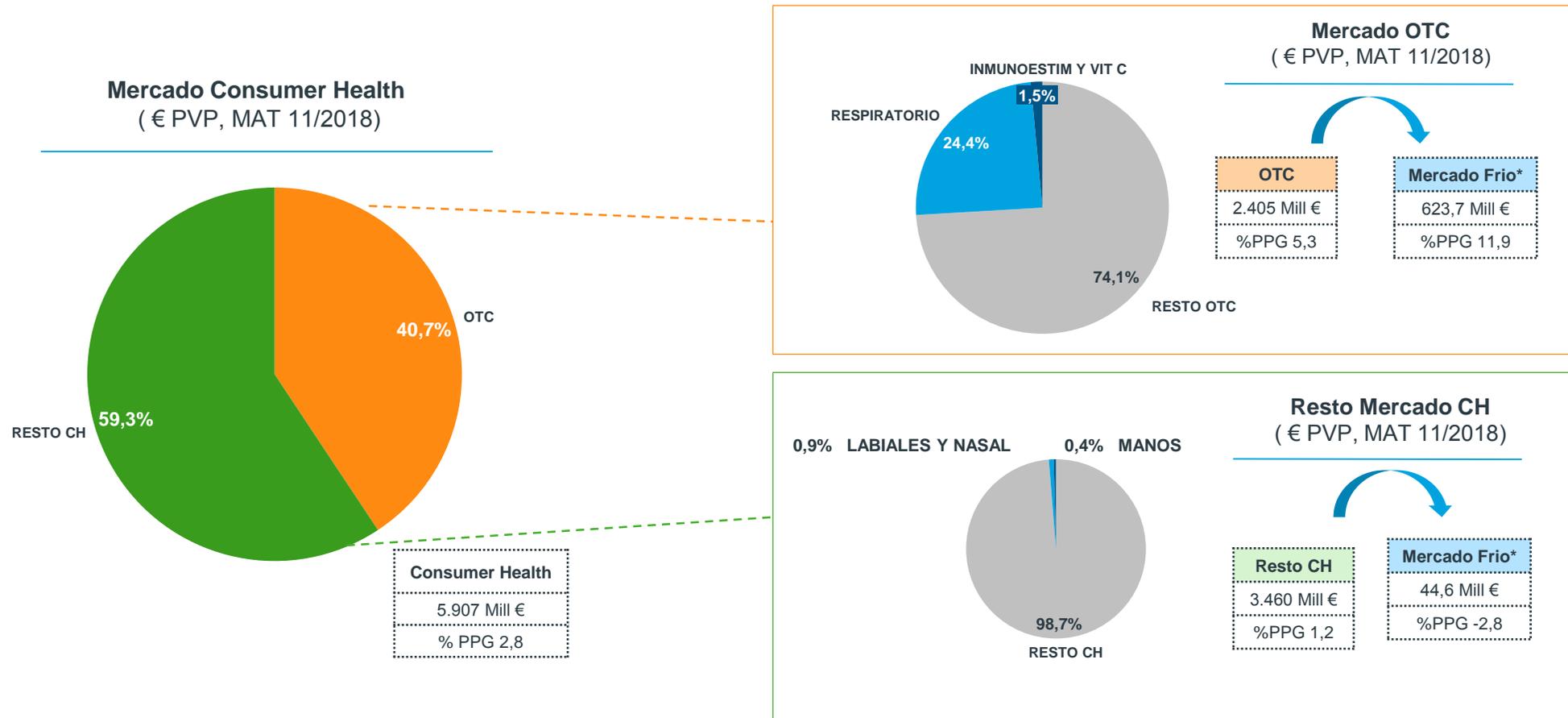
RESPIRATORIO ❄️	01B1 ANTIGRIP/ANTICAT 01C1 PROD PARA FARINGE 01A1 REMEDIOS PARA TOS 01A2 EXPECTORANTES 01F1 SOLUCIONES SALINAS NASAL 01B2 DESCONGEST NASAL 01B3 DESC REVULS INHAL 01V1 PRD OTROS PROBL.RESPIRAT 01B4 INMUNOESTIM CAT GR
INMUNOESTIM Y VIT C ❄️	05F1 PREP INMUNOESTIM. 04D2 VITAMINA C EN COMBINACION 04D1 VITAMINA C SOLA
LABIALES Y NASAL ❄️	83C1 PRODUCTOS CUIDADO LABIOS
MANOS ❄️	83D1 PRD HIDRAT Y NUTRIT MANOS

Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6000 farmacias (EPVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Clases analizadas: 01B1 ANTIGRIP/ANTICAT, 01C1 PROD PARA FARINGE, 01A1 REMEDIOS PARA TOS, 01A2 EXPECTORANTES, 01F1 SOLUCIONES SALINAS NASAL, 01B2 DESCONGEST NASAL, 83C1 PRODUCTOS CUIDADO LABIOS, 05F1 PREP INMUNOESTIM., 01B3 DESC REVULS INHAL, 83D1 PRD HIDRAT Y NUTRIT MANOS, 01V1 PRD OTROS PROBL.RESPIRAT, 04D2 VITAMINA C EN COMBINACION, 01B4 INMUNOESTIM CAT GR, 04D1 VITAMINA C SOLA

El mercado del frío representa más de un 25% del segmento OTC en los 12 últimos meses, con un crecimiento del 11,9% en valores

En el total mercado de CH, el mercado del frío representa un 11,3% (incluyendo algunas clases de derma relacionadas con cuidado de nariz y labios e hidratación de manos)



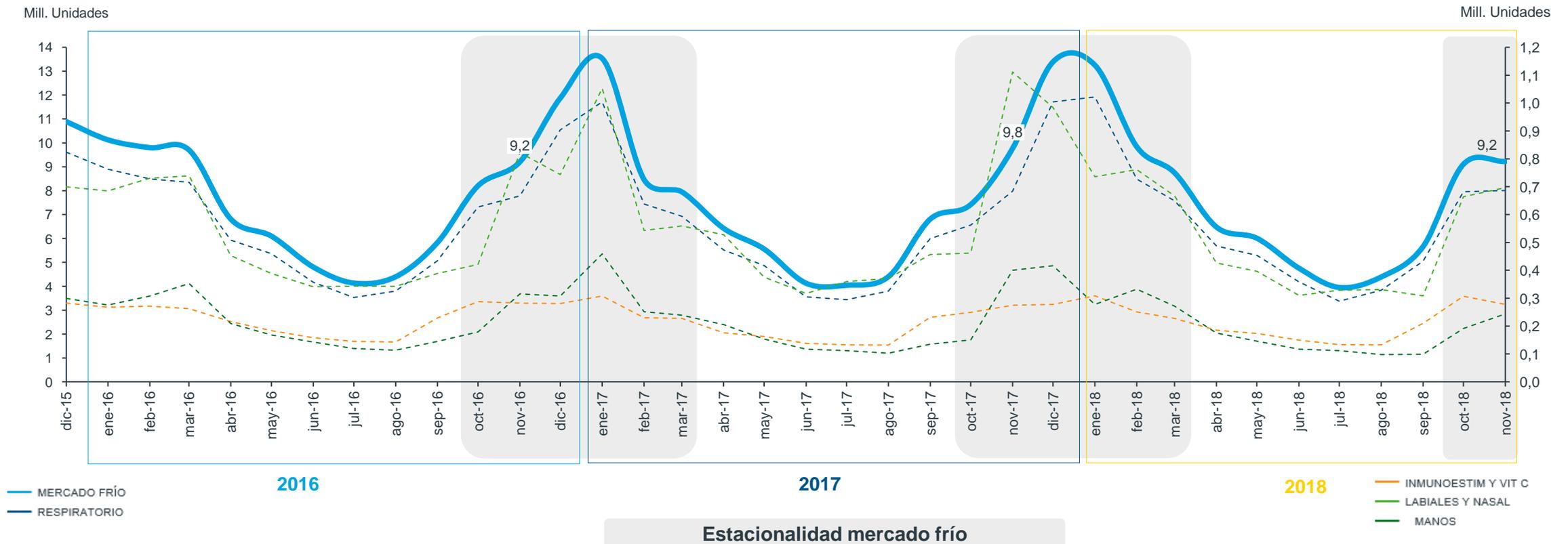
Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6000 farmacias (€PVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Clases analizadas: 01B1 ANTIGRIP/ANTICAT, 01C1 PROD PARA FARINGE, 01A1 REMEDIOS PARA TOS, 01A2 EXPECTORANTES, 01F1 SOLUCIONES SALINAS NASAL, 01B2 DESCONGEST NASAL, 83C1 PRODUCTOS CUIDADO LABIOS, 05F1 PREP INMUNOESTIM., 01B3 DESC REVULS INHAL, 83D1 PRD HIDRAT Y NUTRIT MANOS, 01V1 PRD OTROS PROBL.RESPIRAT, 04D2 VITAMINA C EN COMBINACION, 01B4 INMUNOESTIM CAT GR, 04D1 VITAMINA C SOLA

La estacionalidad de estos productos se concentra alrededor de los meses de invierno pero varía en función de la climatología

Aunque el principal driver del mercado son las clases de respiratorio, también observamos estacionalidad en el resto de clases analizadas dentro del mercado frío

Evolución mensual del Mercado del frío: clases analizadas (12/2015-11/2018)

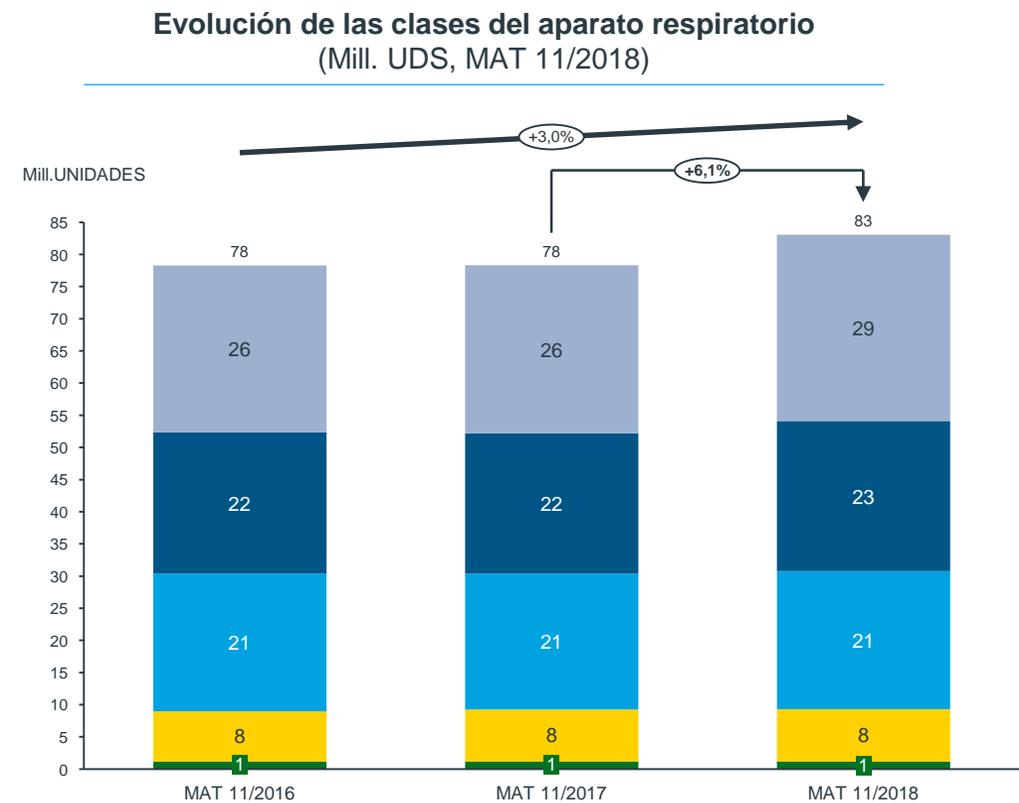
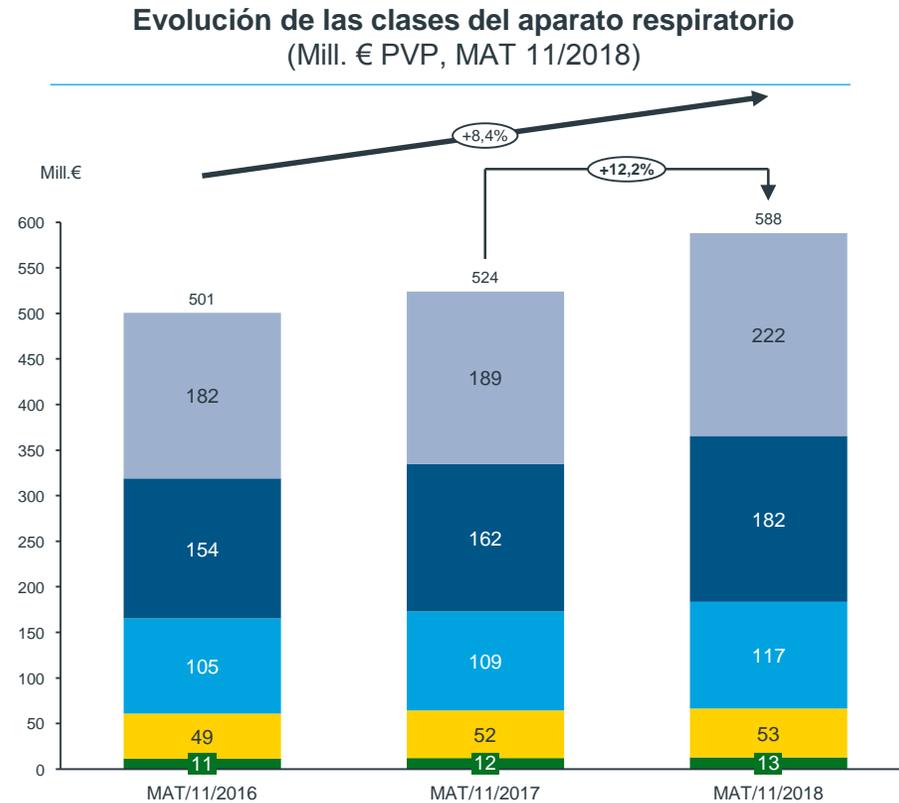


Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6000 farmacias (EPVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Clases analizadas: 01B1 ANTIGRIP/ANTICAT, 01C1 PROD PARA FARINGE, 01A1 REMEDIOS PARA TOS, 01A2 EXPECTORANTES, 01F1 SOLUCIONES SALINAS NASAL, 01B2 DESCONGEST NASAL, 83C1 PRODUCTOS CUIDADO LABIOS, 05F1 PREP INMUNOESTIM., 01B3 DESC REVULS INHAL, 83D1 PRD HIDRAT Y NUTRIT MANOS, 01V1 PRD OTROS PROBL.RESPIRAT, 04D2 VITAMINA C EN COMBINACION, 01B4 INMUNOESTIM CAT GR, 04D1 VITAMINA C SOLA

Dentro de los productos para el aparato respiratorio, las subclases Antigripales/Anticatarrales y Remedios para la tos son las de mayor peso

Todos crecen en valores para el period analizado y también para el periodo anterior



01B ANTIGRIP/ANTICAT 01A REMEDIOS PARA TOS 01C PROD PARA FARINGE 01F SOLUCIONES SALINAS NASAL 01V PRD OTROS PROBL.RESPIRAT

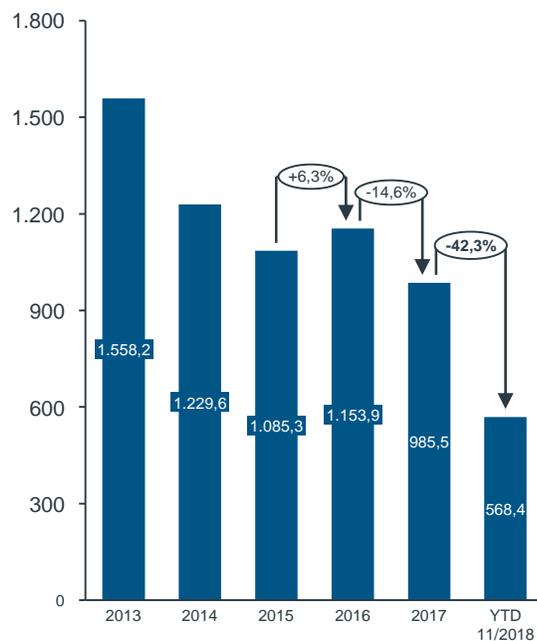
Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6000 farmacias (€PVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Clases analizadas: 01B1 ANTIGRIP/ANTICAT, 01C1 PROD PARA FARINGE, 01A1 REMEDIOS PARA TOS, 01A2 EXPECTORANTES, 01F1 SOLUCIONES SALINAS NASAL, 01B2 DESCONGEST NASAL, 01B3 DESC REVULS INHAL, 01V1 PRD OTROS PROBL.RESPIRAT., 01B4 INMUNOESTIM CAT GR

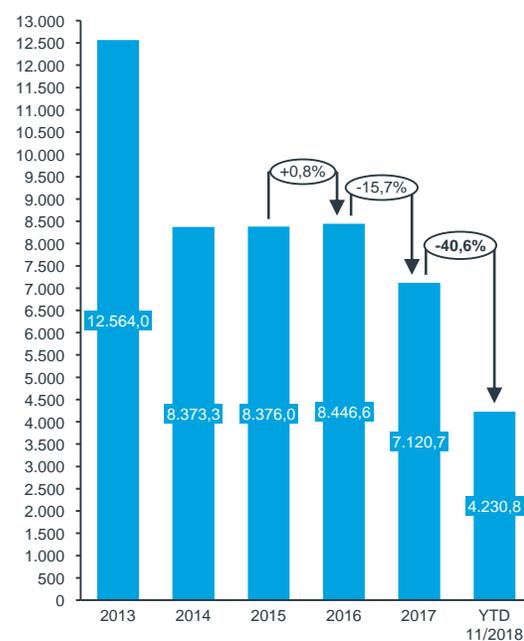
En 2018 se han lanzado 227 referencias nuevas que acumulan unas ventas de 4,23 M€

El precio medio de los lanzamientos para los periodos analizados muestran máximos en 2015 y 2016 y vuelven a bajar este 2018

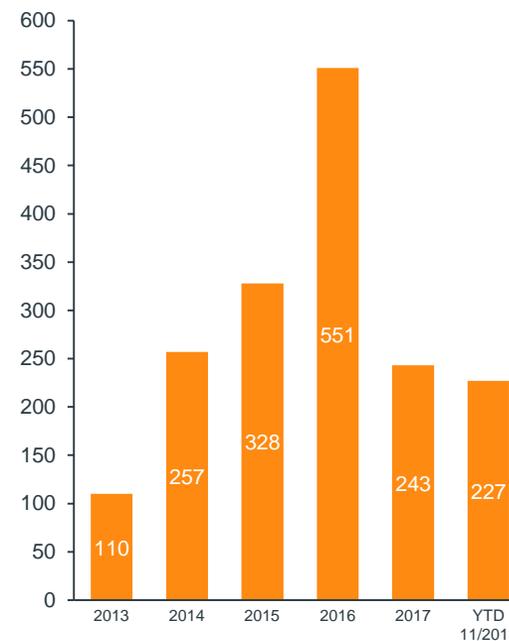
Ventas lanzamientos Mercado del Frío*
(Miles Uds)



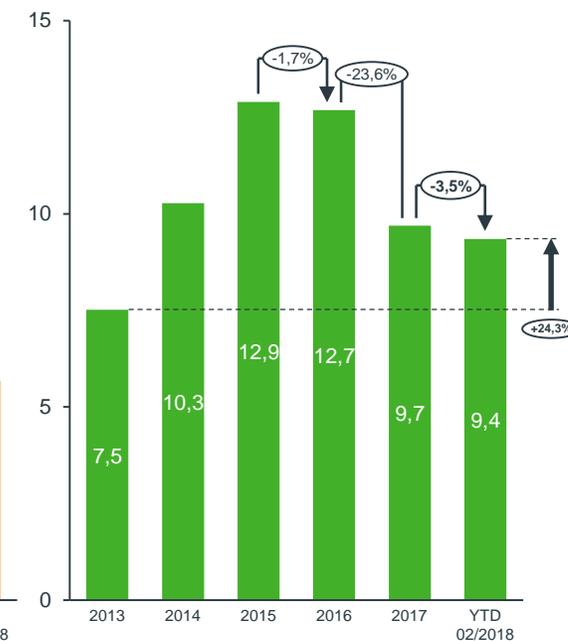
Ventas lanzamientos Mercado del Frío*
(Miles €)



lanzamientos Mercado del Frío*
(packs)



Precio medio lanzamientos Mercado del Frío*
(€/pack)



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6000 farmacias (EPVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Clases analizadas: 01B1 ANTIGRIP/ANTICAT, 01C1 PROD PARA FARINGE, 01A1 REMEDIOS PARA TOS, 01A2 EXPECTORANTES, 01F1 SOLUCIONES SALINAS NASAL, 01B2 DESCONGEST NASAL, 83C1 PRODUCTOS CUIDADO LABIOS, 05F1 PREP INMUNOESTIM., 01B3 DESC REVULS INHAL, 83D1 PRD HIDRAT Y NUTRIT MANOS, 01V1 PRD OTROS PROBL.RESPIRAT, 04D2 VITAMINA C EN COMBINACION, 01B4 INMUNOESTIM CAT GR, 04D1 VITAMINA C SOLA



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de noviembre 2018

Diciembre 2018