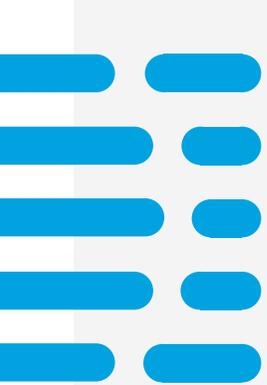


Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de diciembre 2019

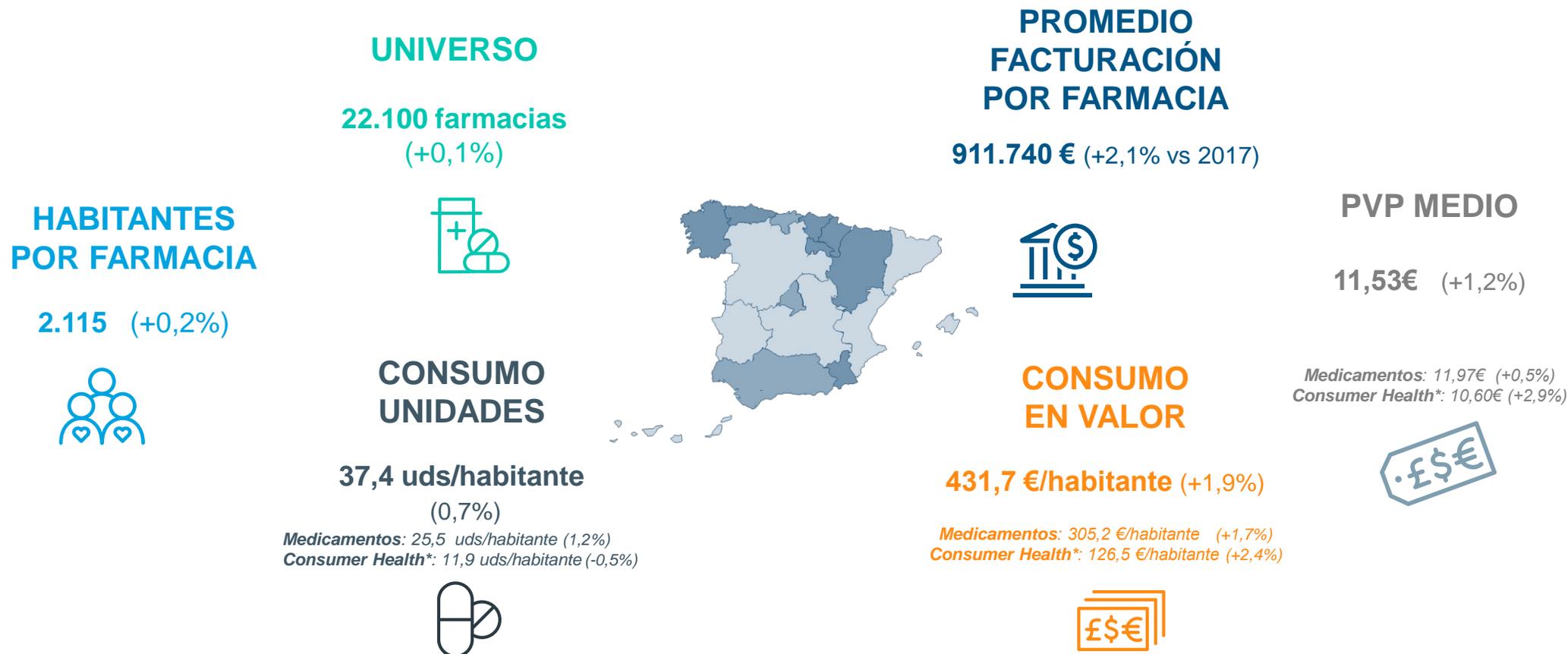
Enero 2020



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

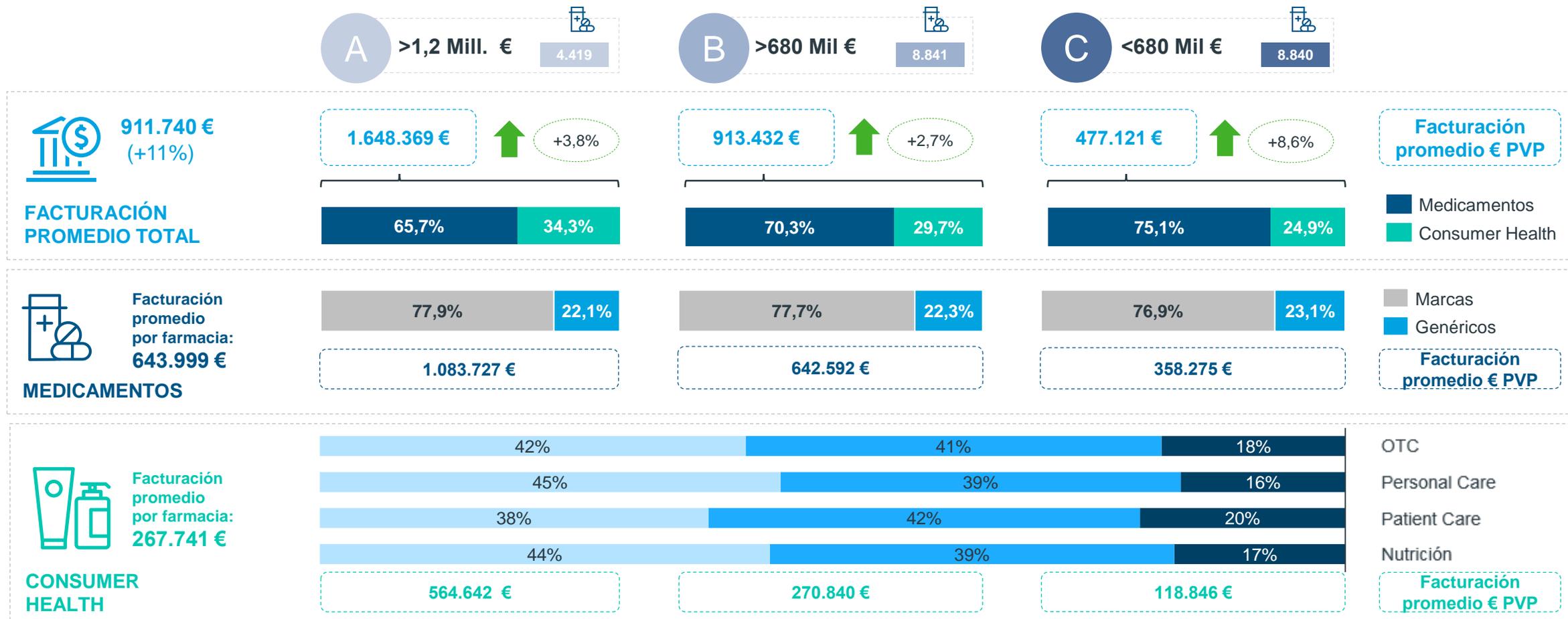
España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



El consumo medio por habitante ha crecido más en valores que en unidades debido al aumento del precio medio

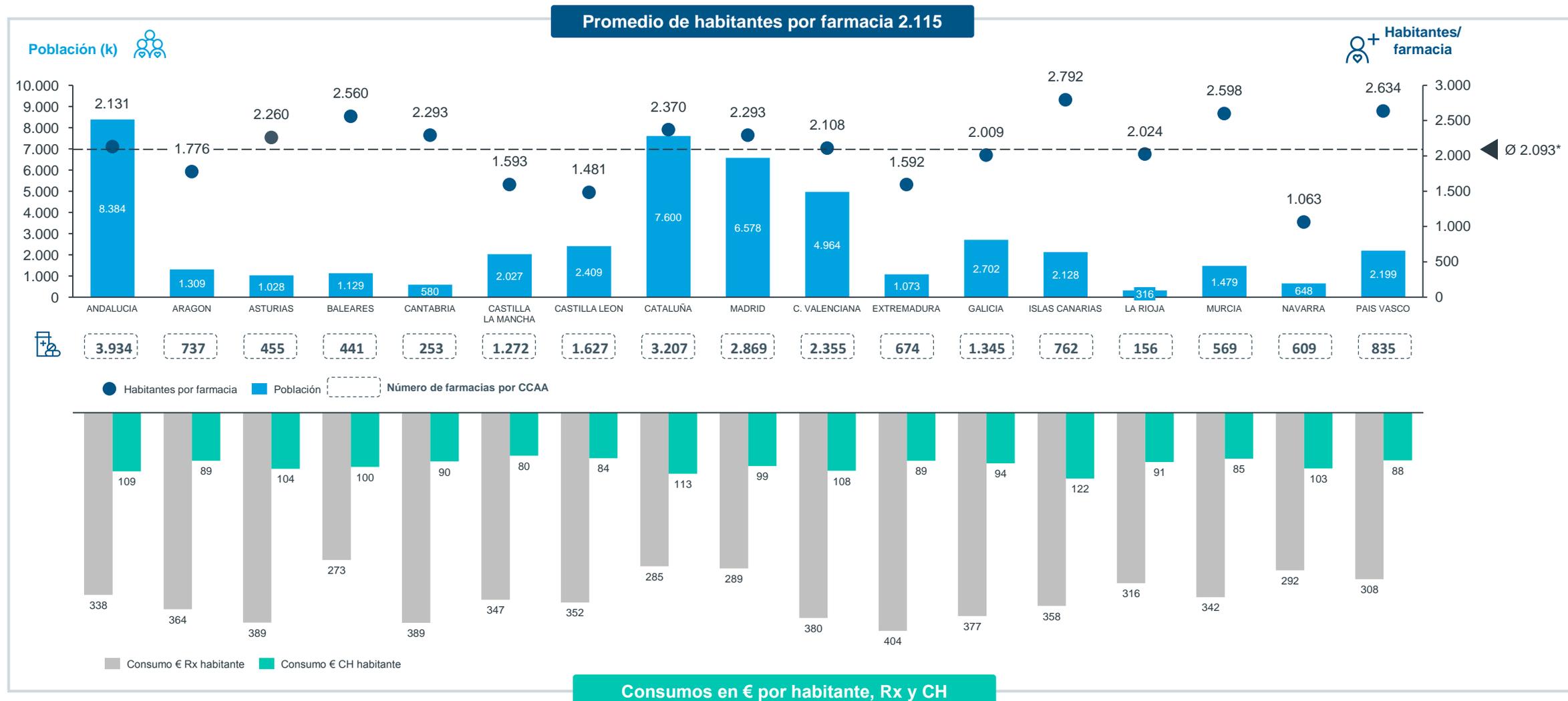
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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 4 años

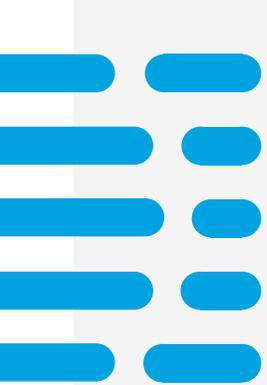


Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 *% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2018

Navarra es la CCAA con menos habitantes por farmacia (1.063) mientras que Canarias agrupa el mayor número de habitantes por farmacia (2.792)



Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
 *El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

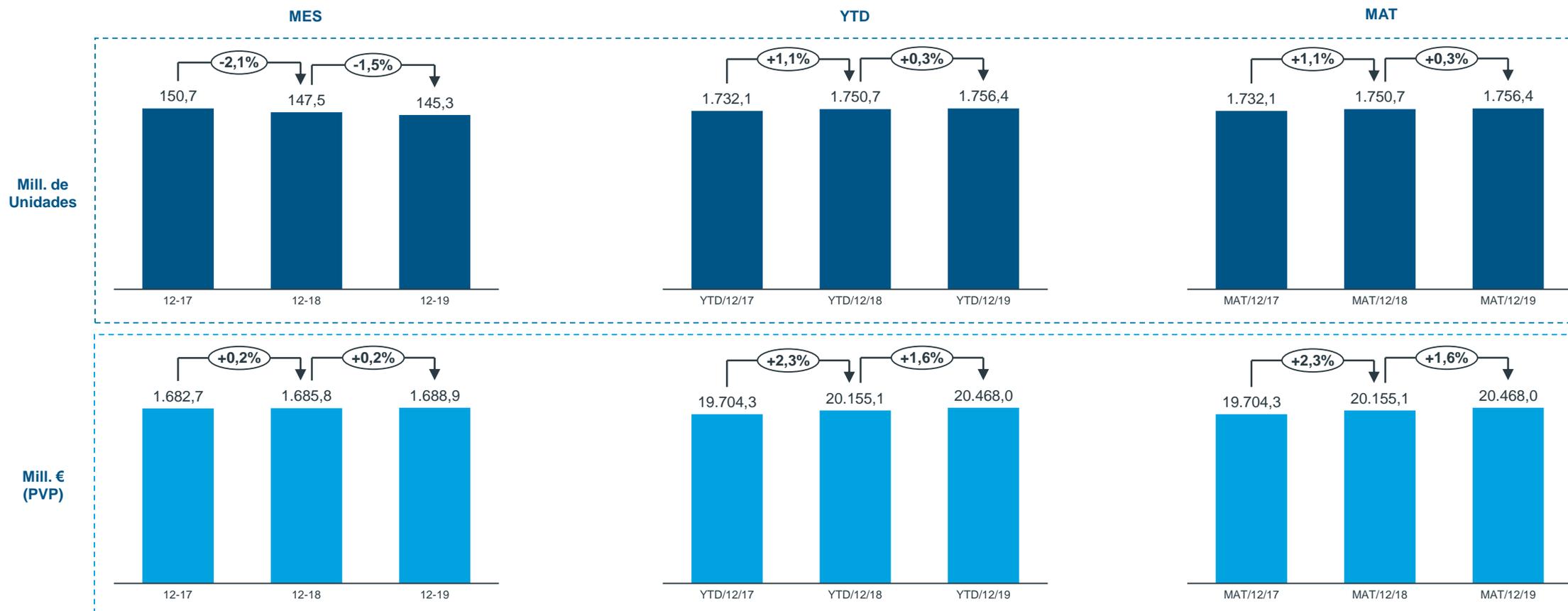


Índice

- + 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

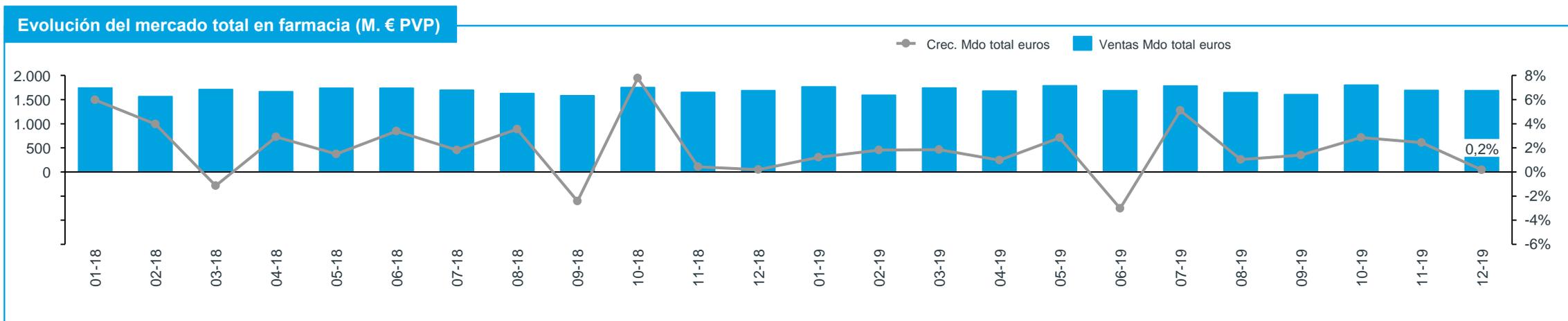
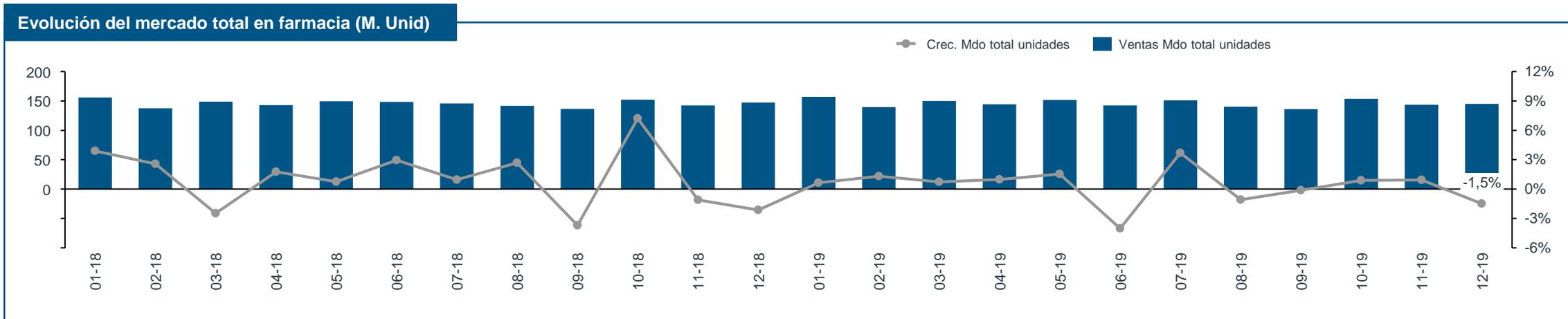
El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +1,6% en valores y del +0,3% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

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 6.300 farmacias

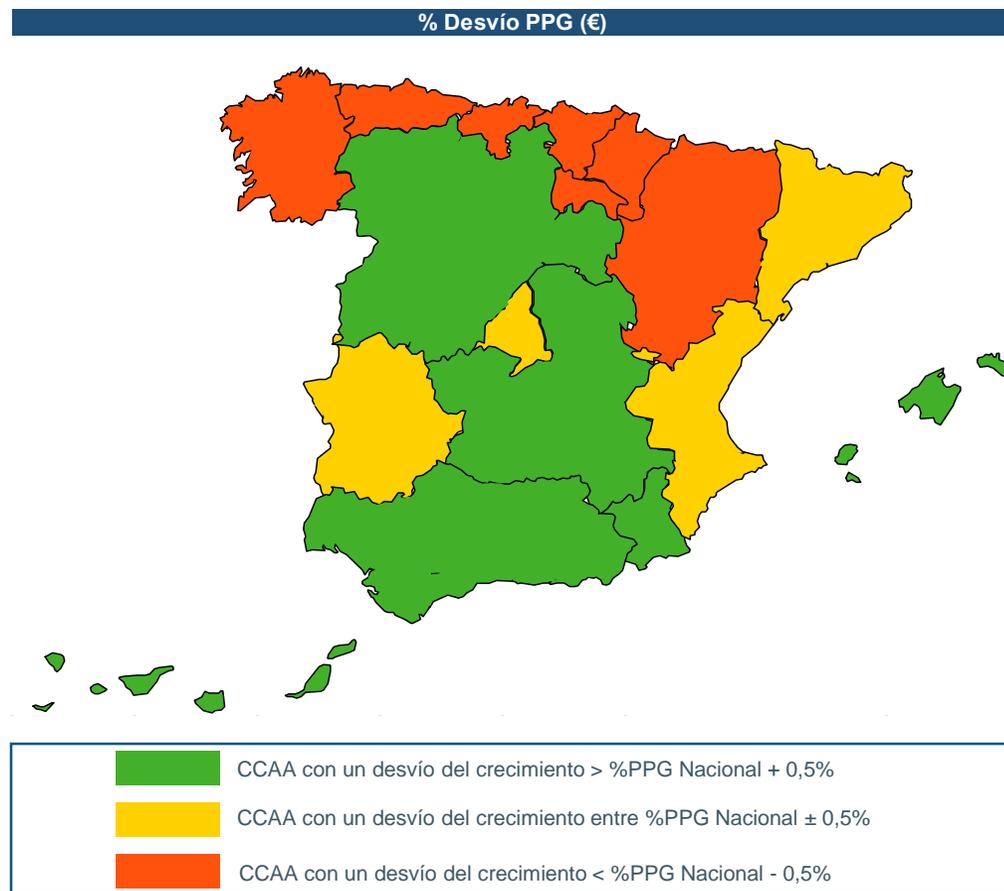
En diciembre, el mercado decrece en unidades (-1,5%) aunque crece levemente en valores con un (+0,2%) vs diciembre 2018



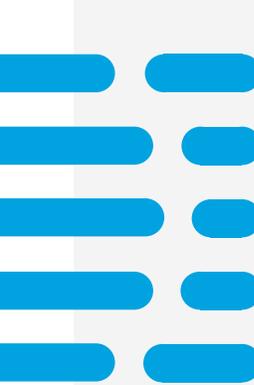
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

Islas Canarias es la CCAA con mayor crecimiento en el último MAT, siendo Andalucía la que más aporta al crecimiento



MAT/12/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
ISLAS CANARIAS	3,1%	10,1%
BALEARES	3,0%	4,1%
CASTILLA LEON	2,5%	8,4%
MURCIA	2,3%	4,5%
ANDALUCIA	2,2%	26,5%
CASTILLA LA MANCHA	2,1%	5,8%
CATALUÑA	1,6%	15,9%
COMUNIDAD VALENCIANA	1,5%	11,3%
EXTREMADURA	1,5%	2,5%
MADRID	1,4%	11,1%
ARAGON	0,7%	1,3%
CANTABRIA	0,6%	0,5%
ASTURIAS	0,4%	0,7%
GALICIA	0,4%	1,7%
LA RIOJA	-0,8%	-0,3%
NAVARRA	-1,0%	-0,8%
PAIS VASCO	-1,1%	-3,1%
TOTAL NACIONAL	1,6%	100%

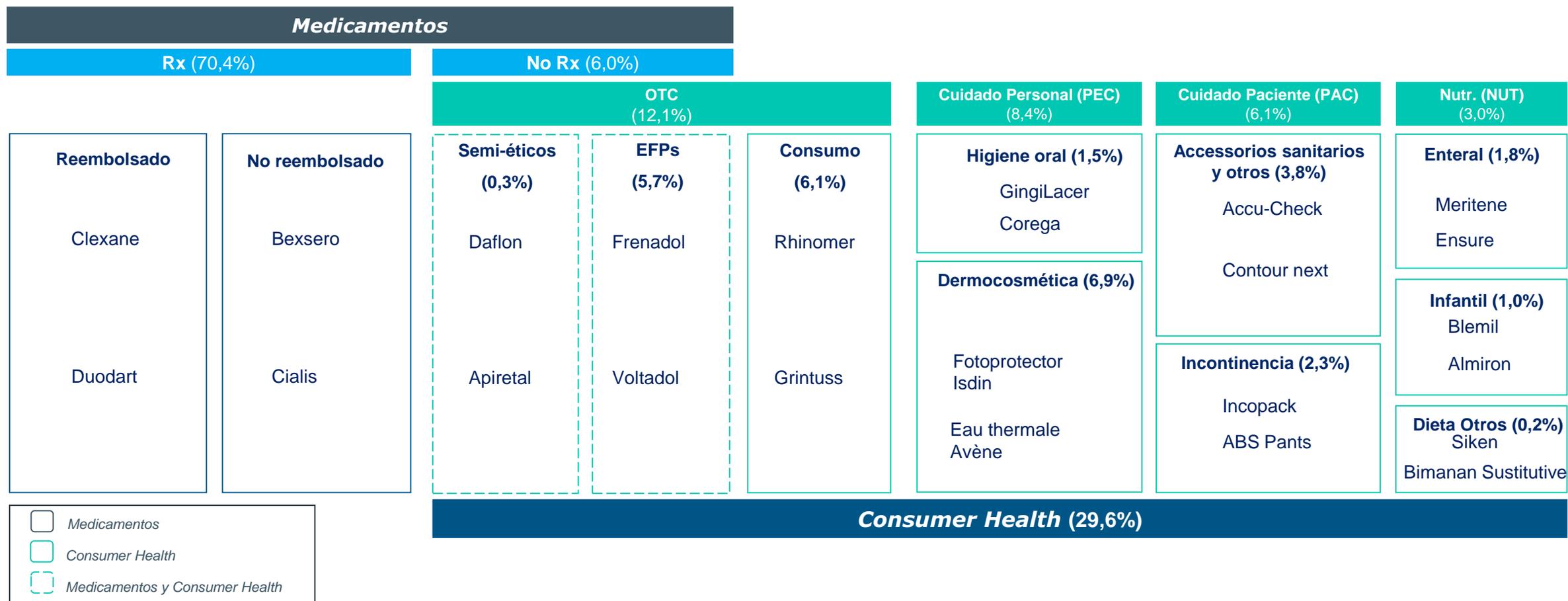


Índice

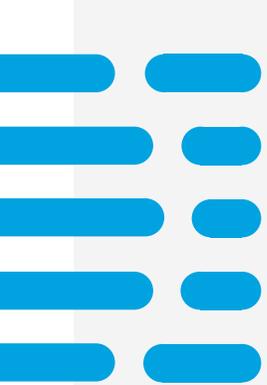
- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
 - + El Mercado del frío

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 09/2019 sobre el mercado farmacéutico total
 Los productos hacen referencia a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 12/2019
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

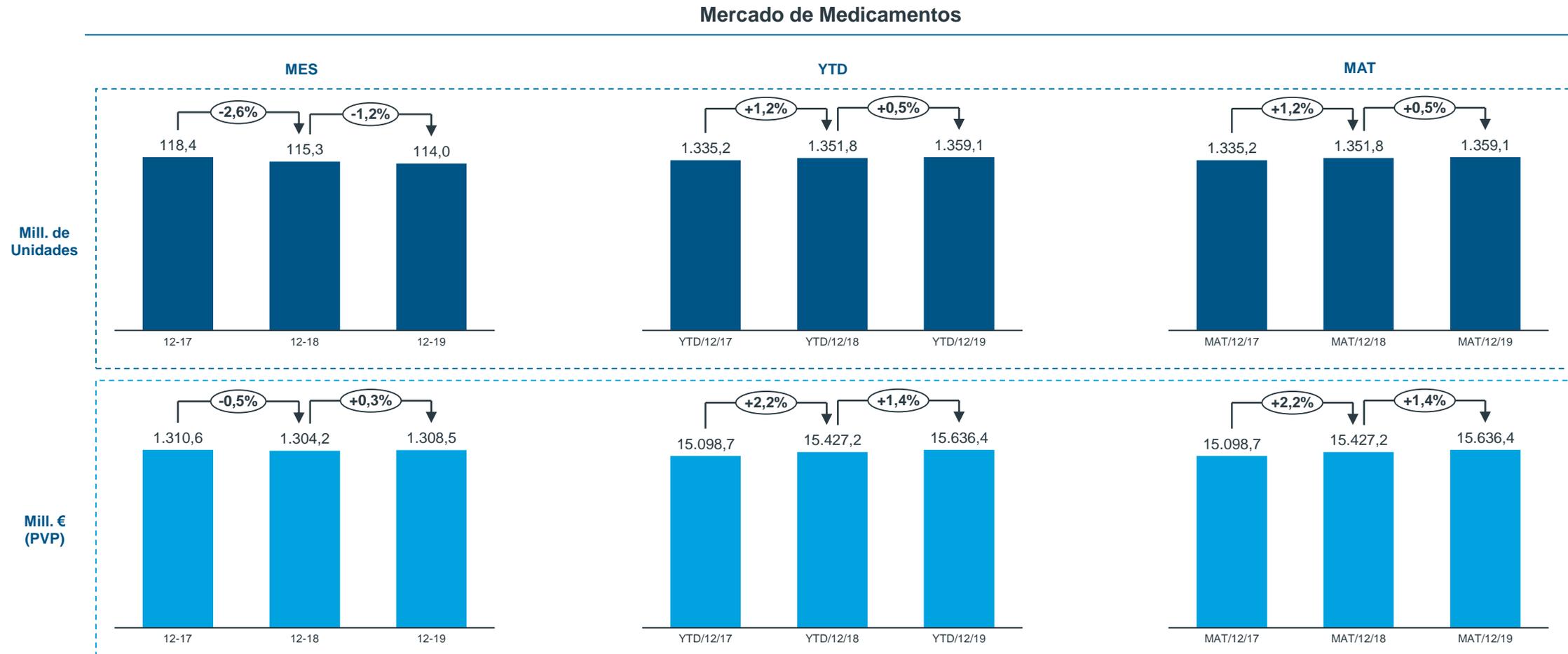


Índice

- + 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

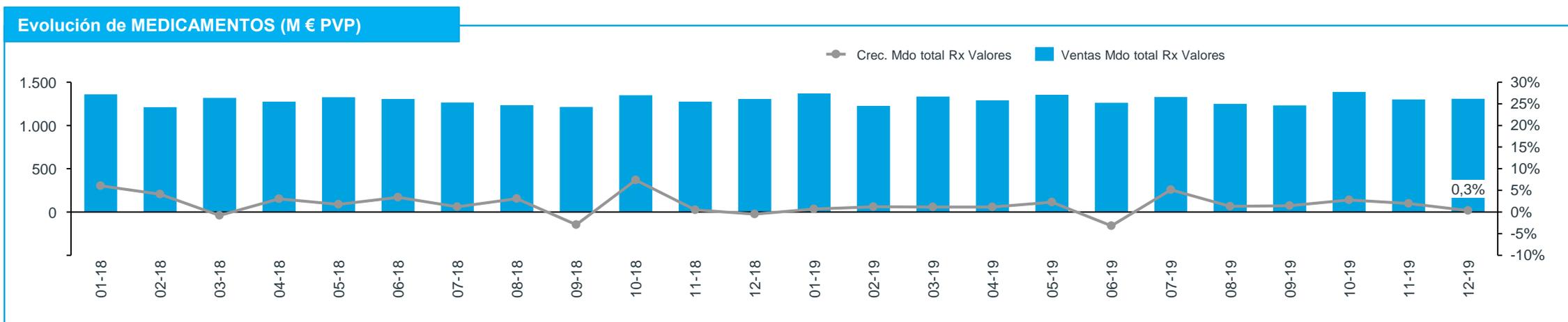
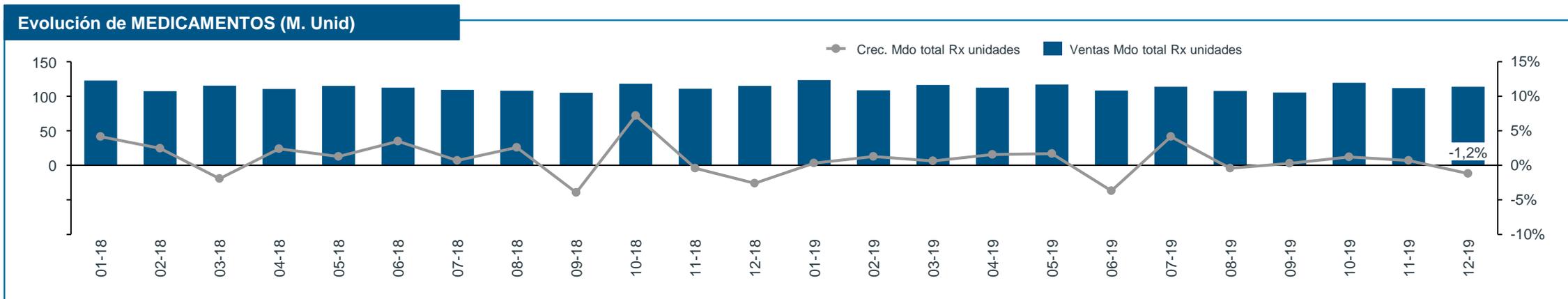
El mercado de medicamentos muestra una evolución positiva en el último mes, YTD y MAT en valores

Los periodos acumulados muestran crecimientos más ralentizados que el año pasado



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

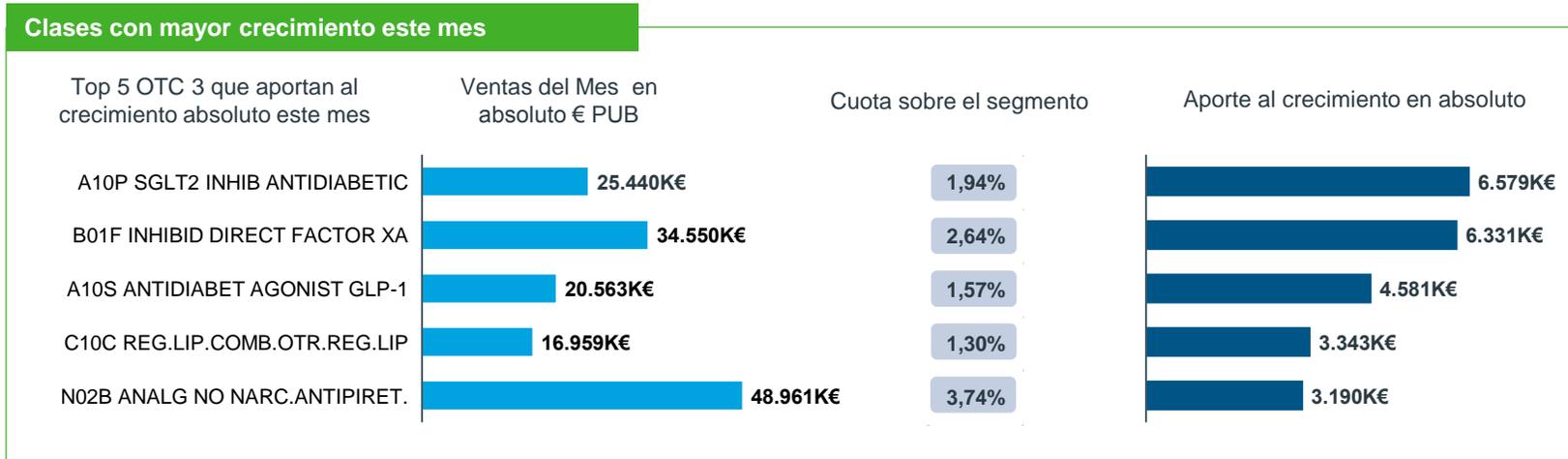
En el mes de diciembre el mercado crece en valores (+0,3%) aunque decrece en unidades (-1,2%) vs el mismo periodo del año anterior



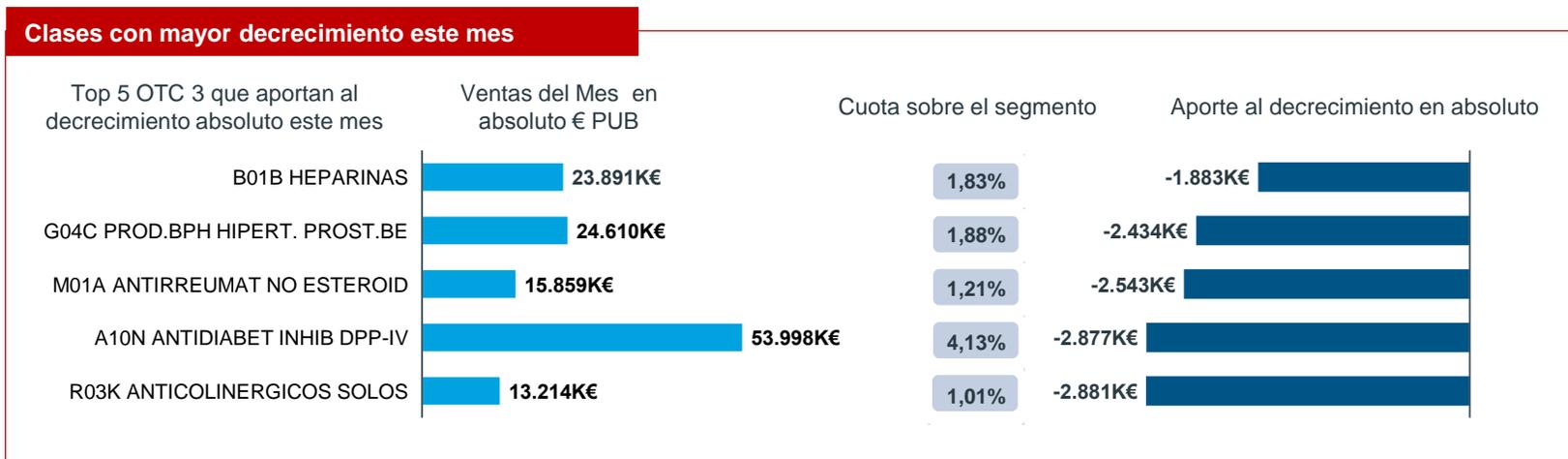
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los inhibidores antidiabéticos SGLT2 (clase A10P) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de diciembre, creciendo 6,6M€

La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la anticolinérgicos solos



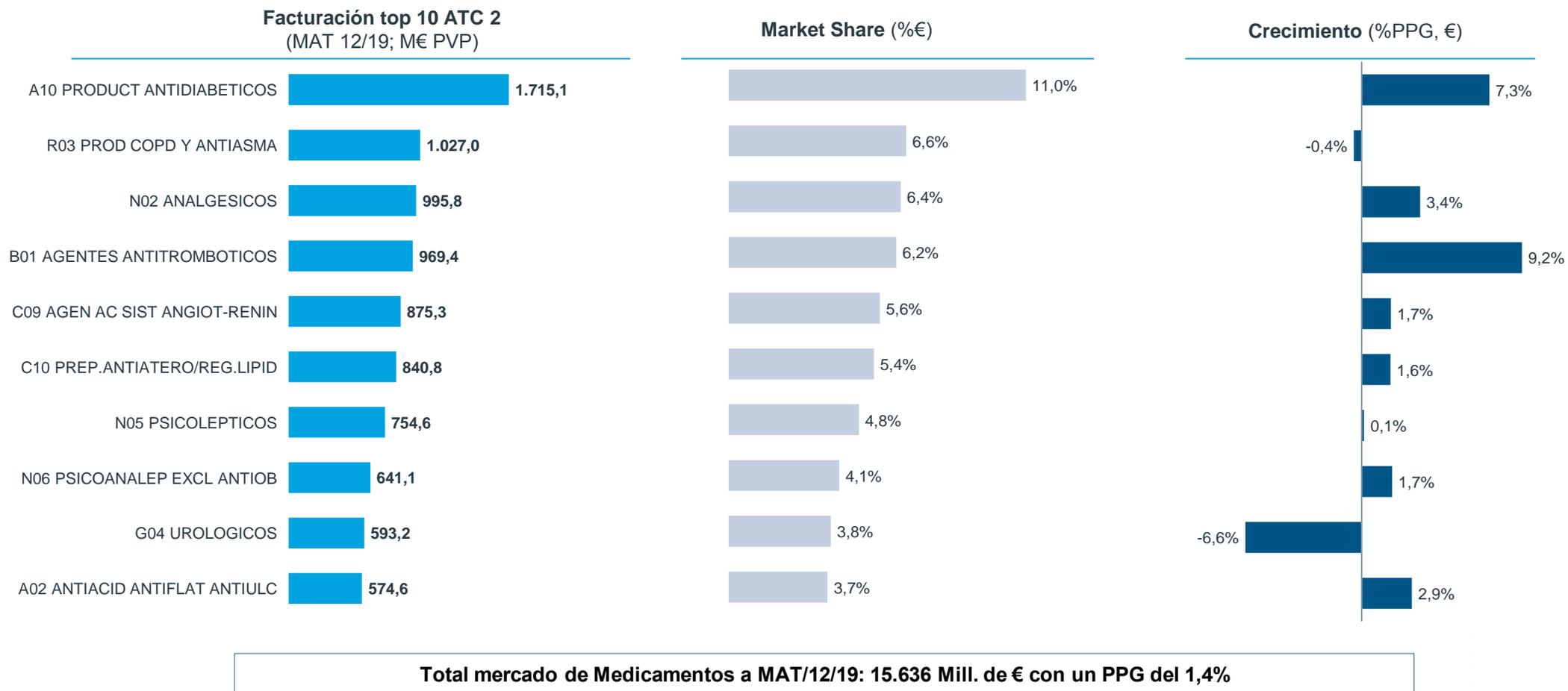
- La clase con mayor aporte al crecimiento son los Antidiabéticos inhibidores SGLT2 , su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Synjardy (1,6M€) y Jardiance (1,6M€).
- Los NACOs son la segunda clase que mas crece 6,3M€, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 2,8M€, seguido de Lixiana (2M€).
- Los antidiabéticos agonistas GLP-1 aportan 4,6M€ este mes de diciembre, el principal impulsor de este crecimiento es Trulicity (+1,7M€)



- La primera clase que más contribuye al decrecimiento son los anticolinérgicos solos, debido a la caída de Spiriva (-2,8M€). A este medicamento se le aplicó una bajada de precio obligatoria en enero 2019.
- La segunda clase que más contribuye al decrecimiento son los antidiabéticos inhibidores DPP-IV, el principal impulsor del decrecimiento es Eucreas (-0,8M€) seguido de Velmetia (-0,5M€), Zomarist (-0,5M€) y Efficib (-0,5M€).

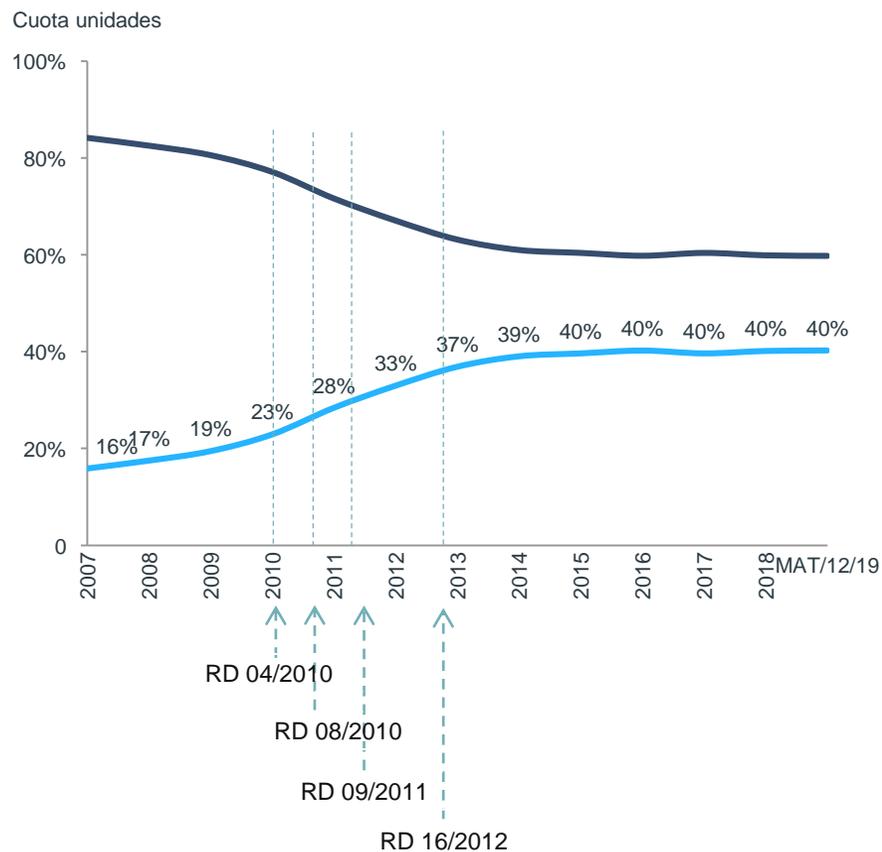
Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases con mayores crecimientos del mercado de medicamentos en el acumulado

Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase de Antihistamínicos (R06) (10%) y la de Vitaminas (A11) (9,9%)

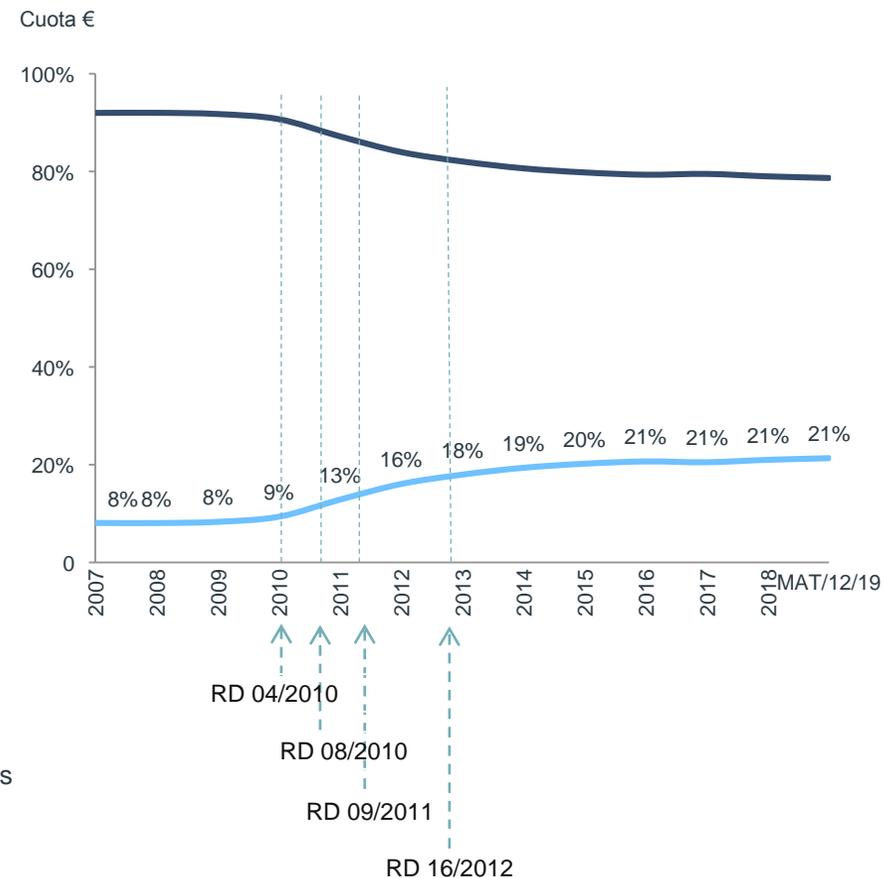


Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje baja hasta el 21% en valores

Evolución genéricos total mercado farmacéutico (unidades)



Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)

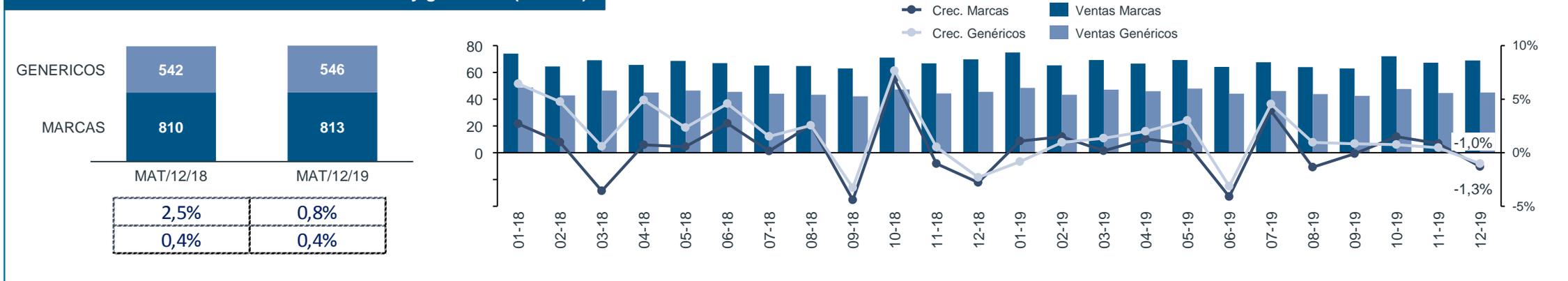


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

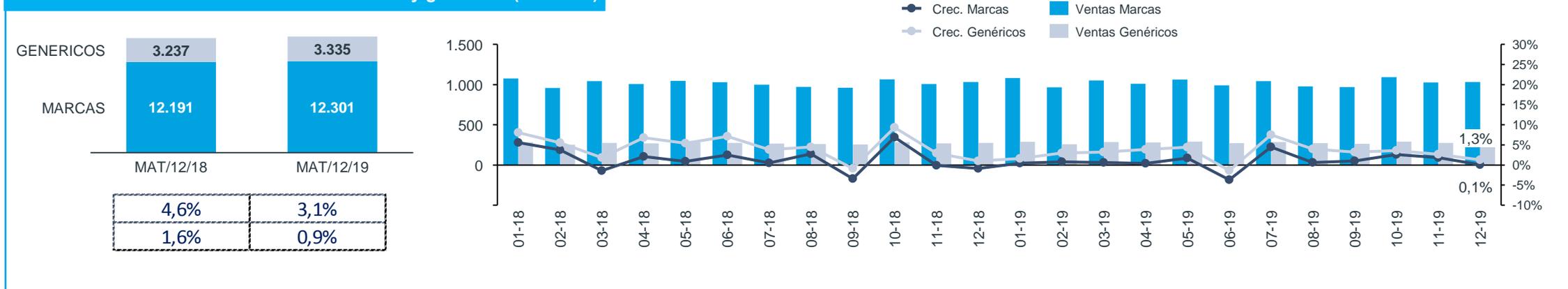
En el acumulado de los últimos 12 meses, los genéricos muestran crecimientos por encima de las marcas tanto en unidades como en valores

En el último mes (diciembre 2019), los genéricos crecen por encima de las marcas en valores siguiendo la tendencia de 2018 y 2019, aunque su crecimiento se ralentiza para unidades

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)

*Semiefticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

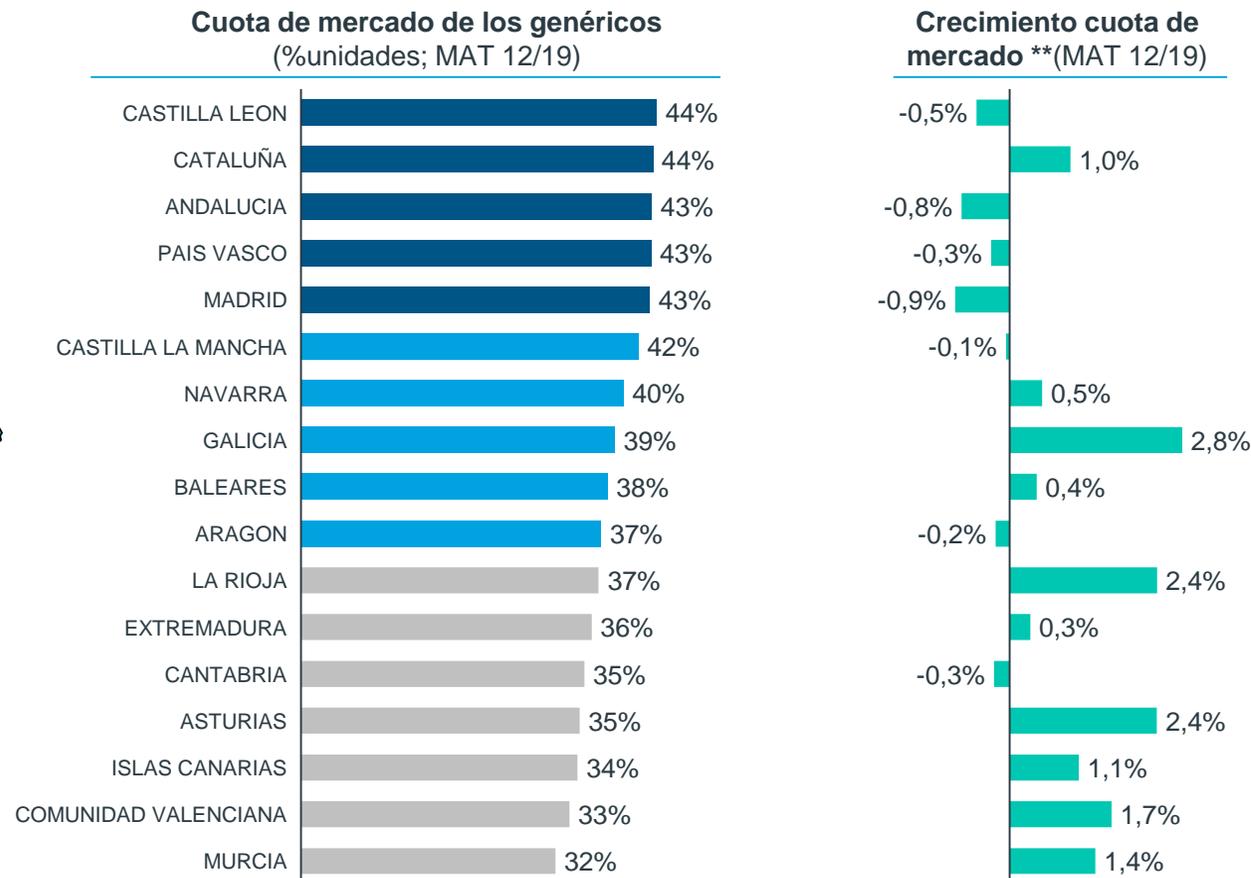
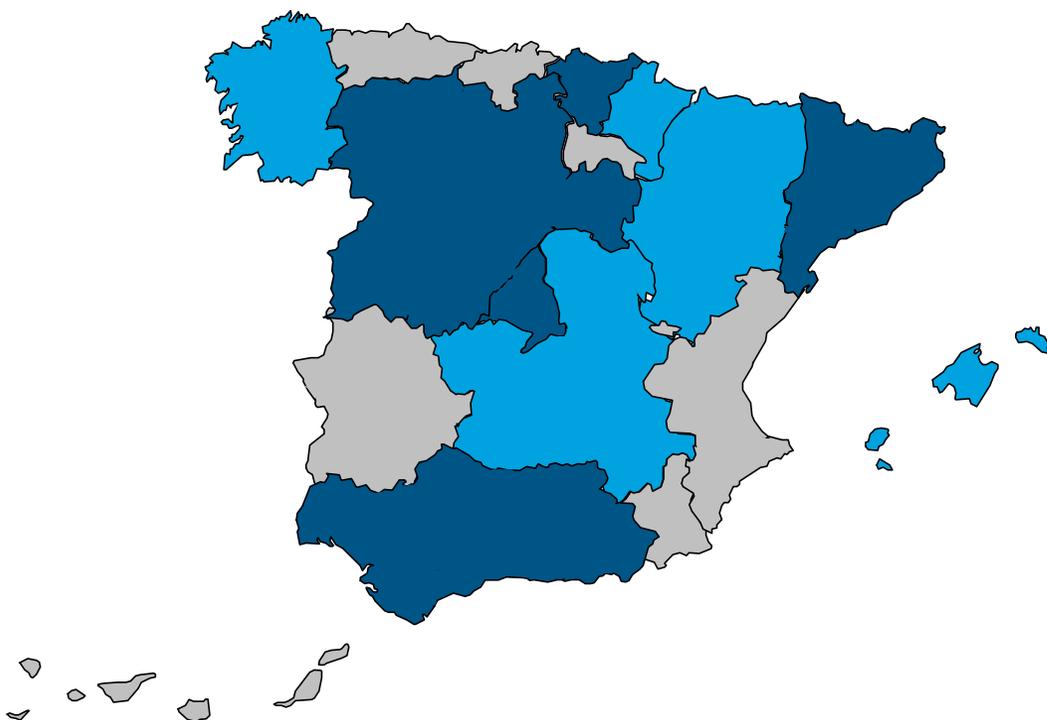
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Crecimientos genéricos vs mismo periodo del año anterior
Crecimientos marcas vs mismo periodo del año anterior

En el acumulado 12 meses, Castilla-León junto con Cataluña, Andalucía, País Vasco y Madrid son las CCAA con mayor penetración de genéricos

Sin embargo, si analizamos el crecimiento de cuota de genéricos, observamos tendencias negativas en Castilla y León, Andalucía, País Vasco, Madrid, Castilla y la Mancha, Aragón y Cantabria

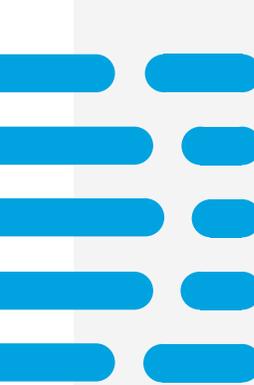


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

**Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



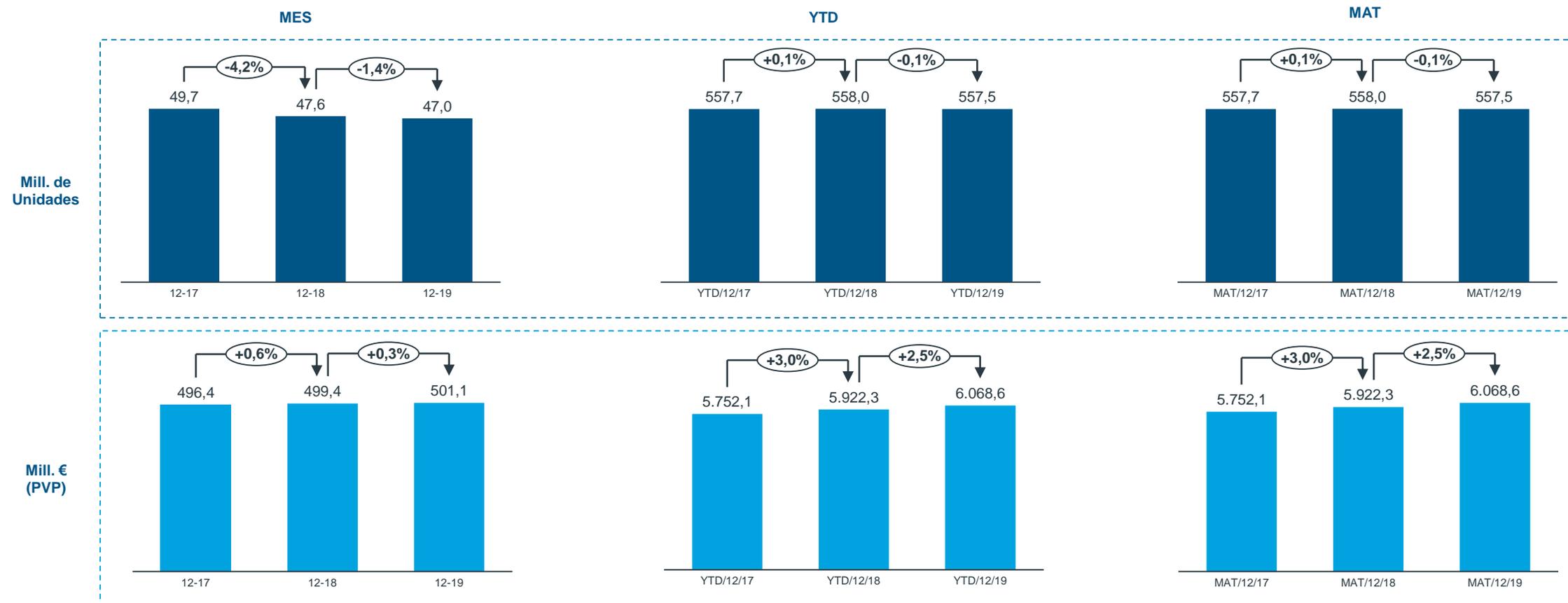
Índice

- + 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 un leve decrecimiento en volumen (-0,1%) aunque crece en valores (+2,5%)

El mes de diciembre crece en valores y decrece en unidades vs el mismo mes del año anterior

Mercado de Consumer Health



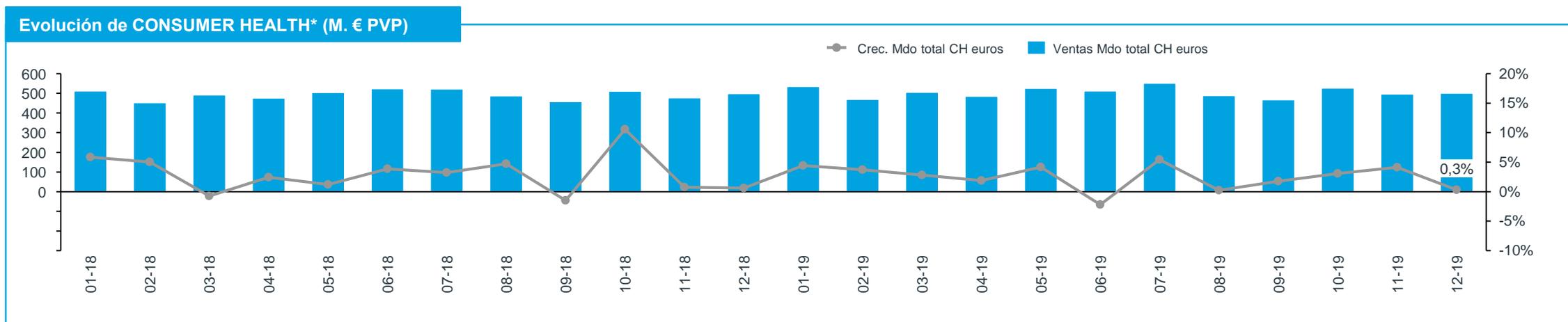
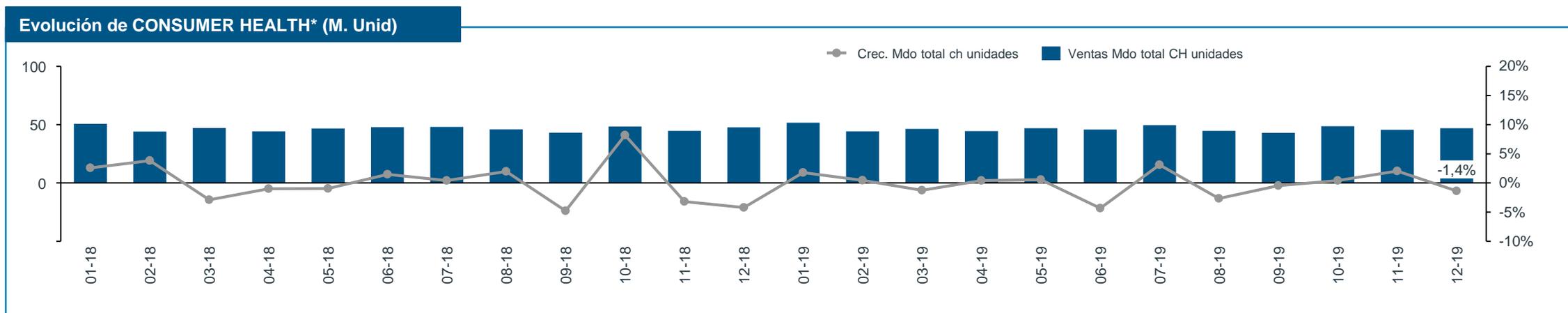
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de diciembre un +0,3% en valores y decrece un -1,4% en unidades

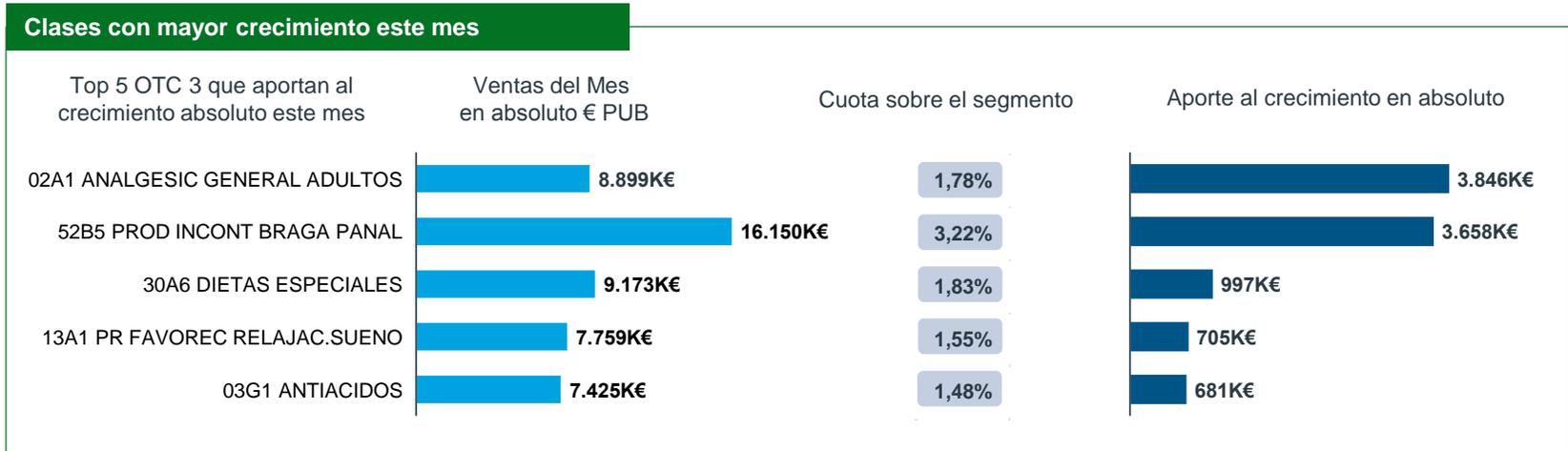
El mes de diciembre 2019 prosigue con la tendencia positiva del mes anterior en valores



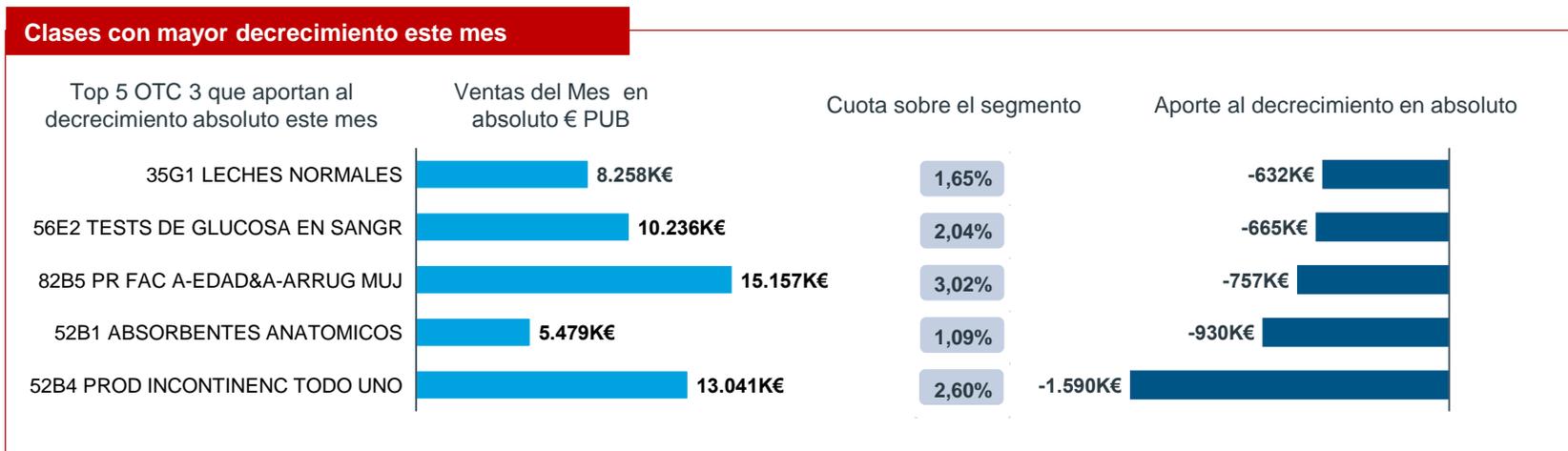
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de diciembre, observamos crecimientos en analgésicos generales para adultos y productos para la incontinencia tipo Braga-Pañal

Seguimos observando un intercambio en los productos de incontinencia a presentaciones financiadas



- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de **analgésicos generales de adultos (+3,8M€)**. Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espididol (1,6M€) y Gelocatil (0,6M€).
- La **segunda clase con más aporte al crecimiento es la clase de Braga-Pañal (+3,6M€)**, gracias a la financiación de esta clase.
- Destaca en tercer lugar las **dietas especiales**, aportando +1M€ al mercado, impulsado por Resource (+0,2M€)

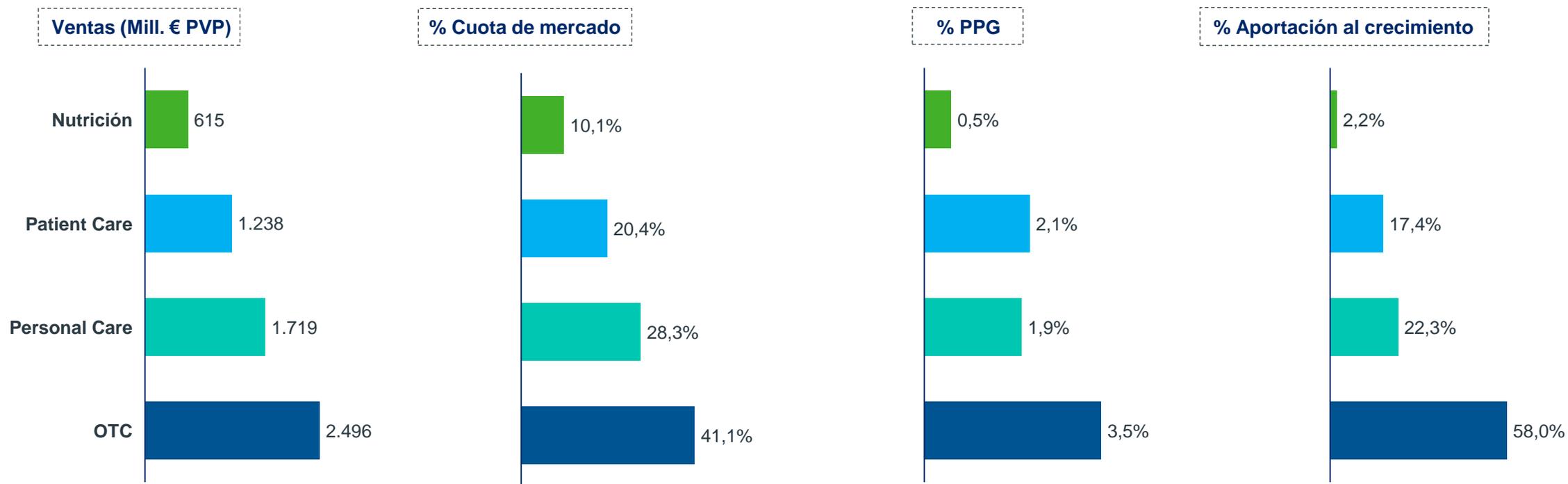


- Los **absorbentes anatómicos y los productos para incontinencia todo en uno** son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Conjuntamente, las dos clases de incontinencia decrecen más de **-2,5M€**. Estos productos se han visto sustituidos por la clase Braga-Pañal, gracias a la financiación de esta clase y a su comodidad de uso.

El 58% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición mantiene su tendencia positiva y consigue un leve crecimiento de +0,5%

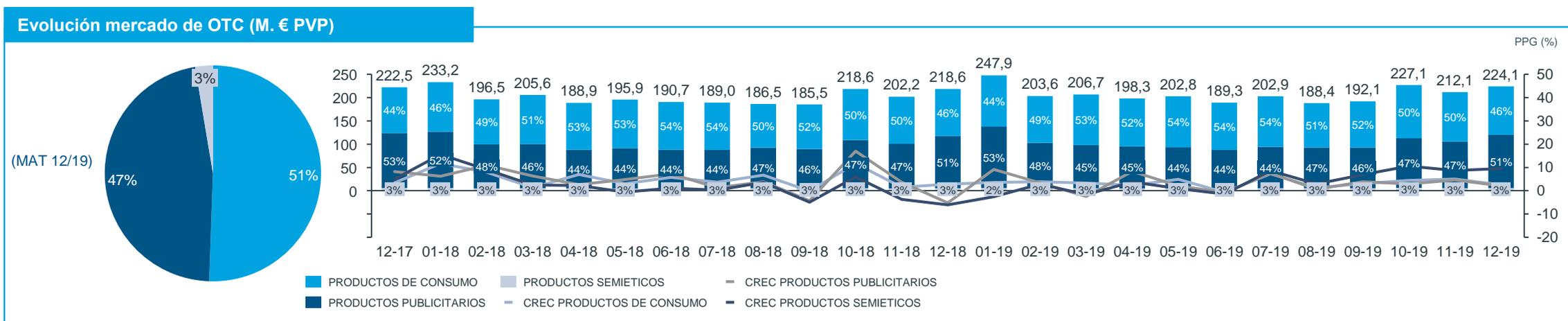
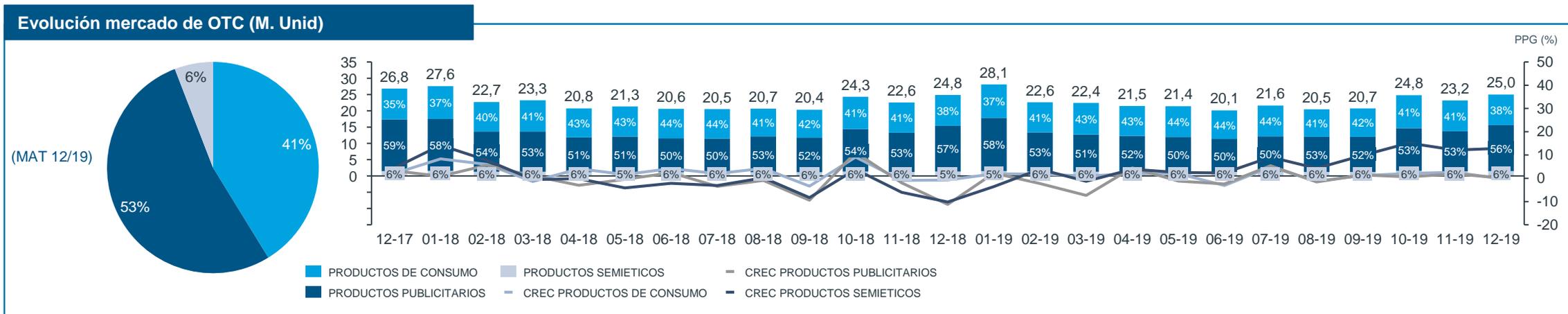
Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 12/2019)



Total mercado Consumer Health a MAT/12/19: 6.069 Mill. de € con un PPG del 2,5%

Dentro de OTC, los productos semiéticos son los que presentan un mayor crecimiento en valores (+9,5%) para el mes de diciembre 2019

Todos los subsegmentos OTC muestran una evolución positiva en valores y unidades para el mes de diciembre 2019



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

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

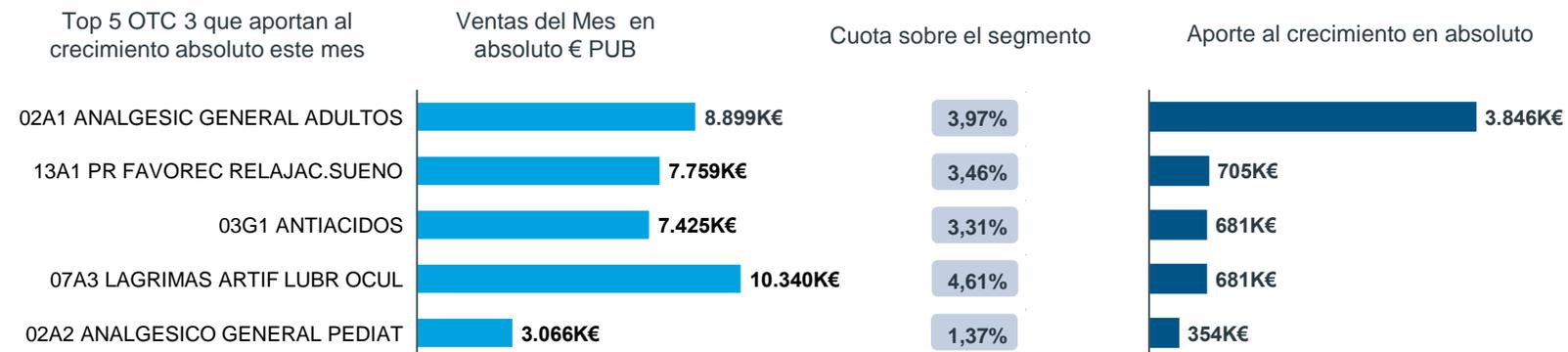
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

*Previous Period Growth

Los analgésicos generales para adultos aportan 3,8M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de diciembre

Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -2,3M€

Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con mayor aporte al crecimiento este mes de diciembre sigue siendo la de **analgésicos generales para adultos (+3,8M€)**. Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espididol (1,6M€) y Gelocatil (0,6M€).
- La clase de **favorecedores de la relajación y el sueño** es la segunda con mayor aporte al crecimiento, **3 de los top 5 productos crecen**.
- **Crece la clase de antiácidos**, el top 3 productos concentra más del 80% de cuota.

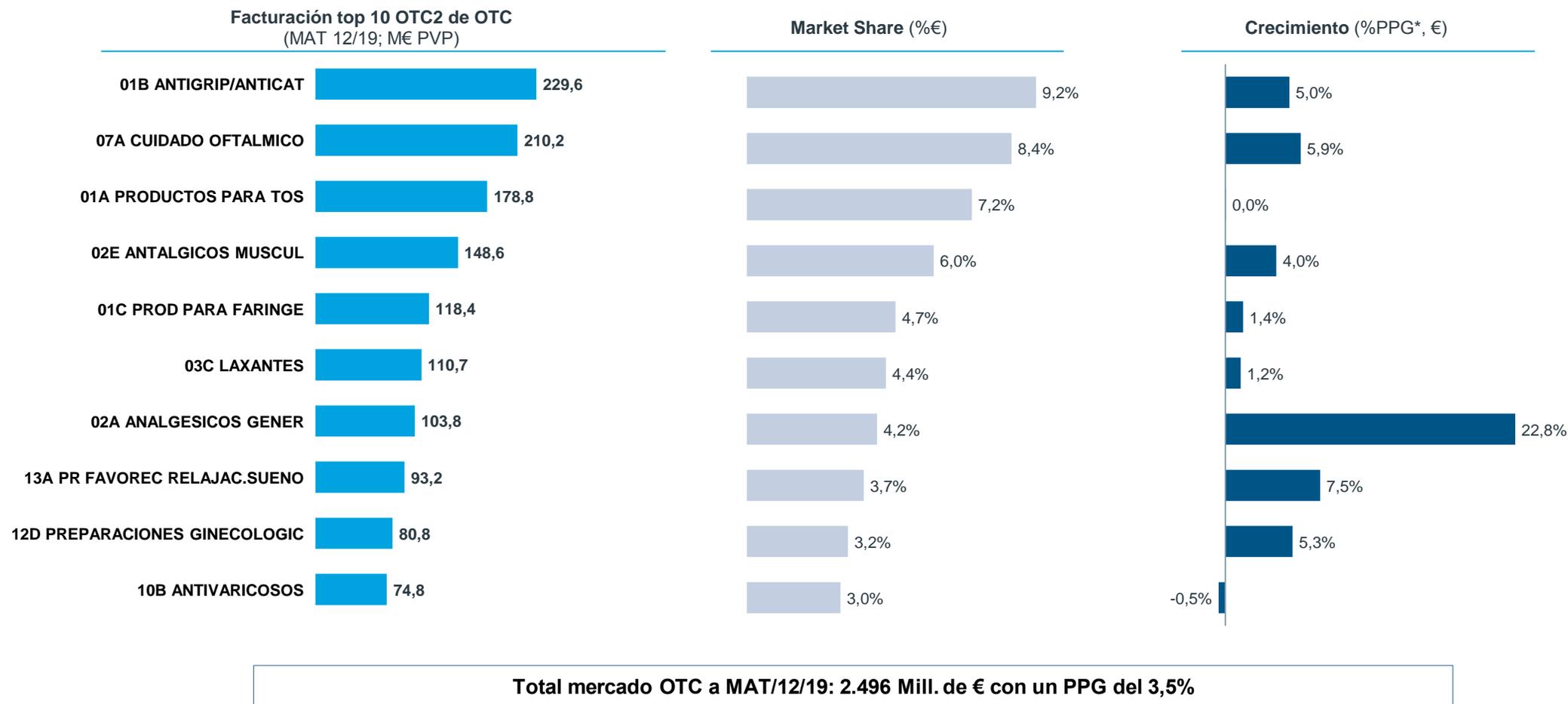
Clases con mayor decrecimiento este mes



- La clase que más frena el crecimiento en el mes de diciembre es la de **antigripales y anticatarrales (-0,6M€)**. Este mes de diciembre, aunque húmedo, ha sido muy cálido con una temperatura media ~2°C superior a los valores de referencia para este mes.
- Así, las **top 5 clases que mas aportan al decrecimiento** en el mes de diciembre son **clases estacionales de invierno**. Entre todas acumulan un aporte al decrecimiento de -1,8M€.

En los últimos 12 meses, 8 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores

6 de las top 10 categorías tienen crecimientos más acelerados que el segmento de OTC en el último MAT



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

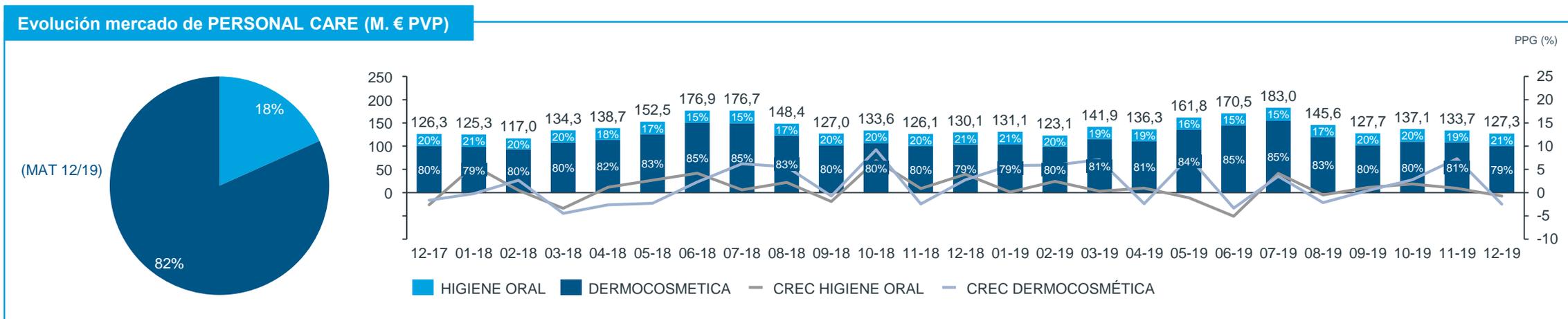
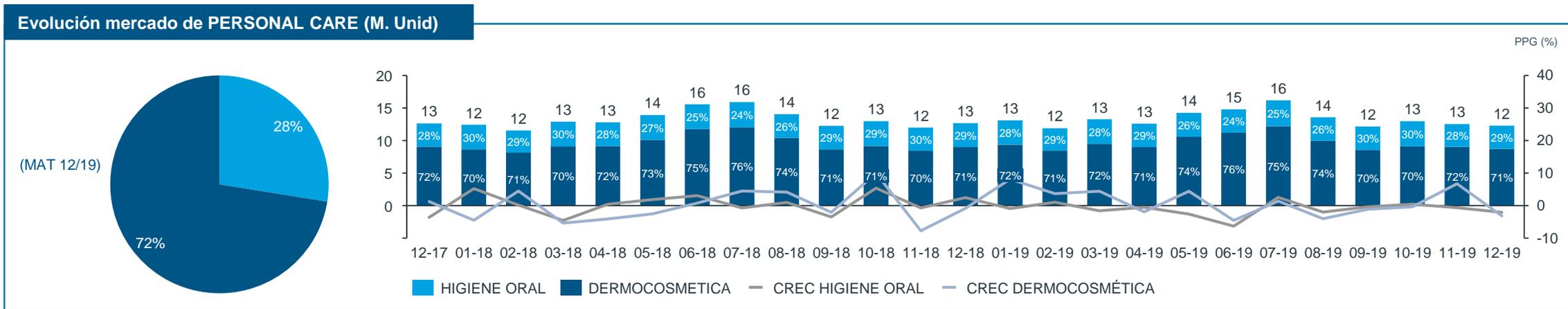
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*Previous Period Growth

Cuidado Personal muestra una tendencia negativa tanto en unidades (-2,8%) como para los valores (-2,1%) en el mes de diciembre

Tanto el segmento de higiene oral como el de dermocosmética muestran decrecimientos en el mes de diciembre, tanto en unidades como en valores



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

La clase de productos de protección de higiene femenina aporta 0,2M€ al crecimiento del segmento PEC este mes de diciembre

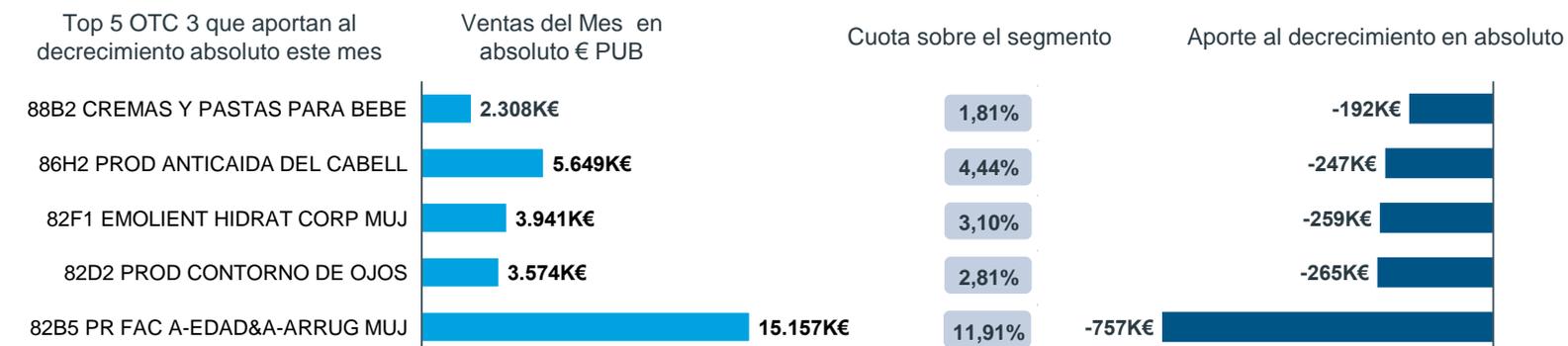
2 de las 5 clases que mas aportan al decrecimiento son productos de cuidado facial

Clases con mayor crecimiento este mes



- En el mes de diciembre, **la clase que más aporta al crecimiento es otros productos de protección de higiene femenina**, que aunque tiene poco peso en el segmento, aporta 240K€ al crecimiento de PEC, destaca en esta clase el producto Enna cycle, copa menstrual, de Enna.
- La segunda clase que más aporta al crecimiento es la de jabones gracias al crecimiento generalizado de los top 5 líderes en este mercado, dos de ellos crecen a triple dígito (Iberfrasa y Ozoaqua).

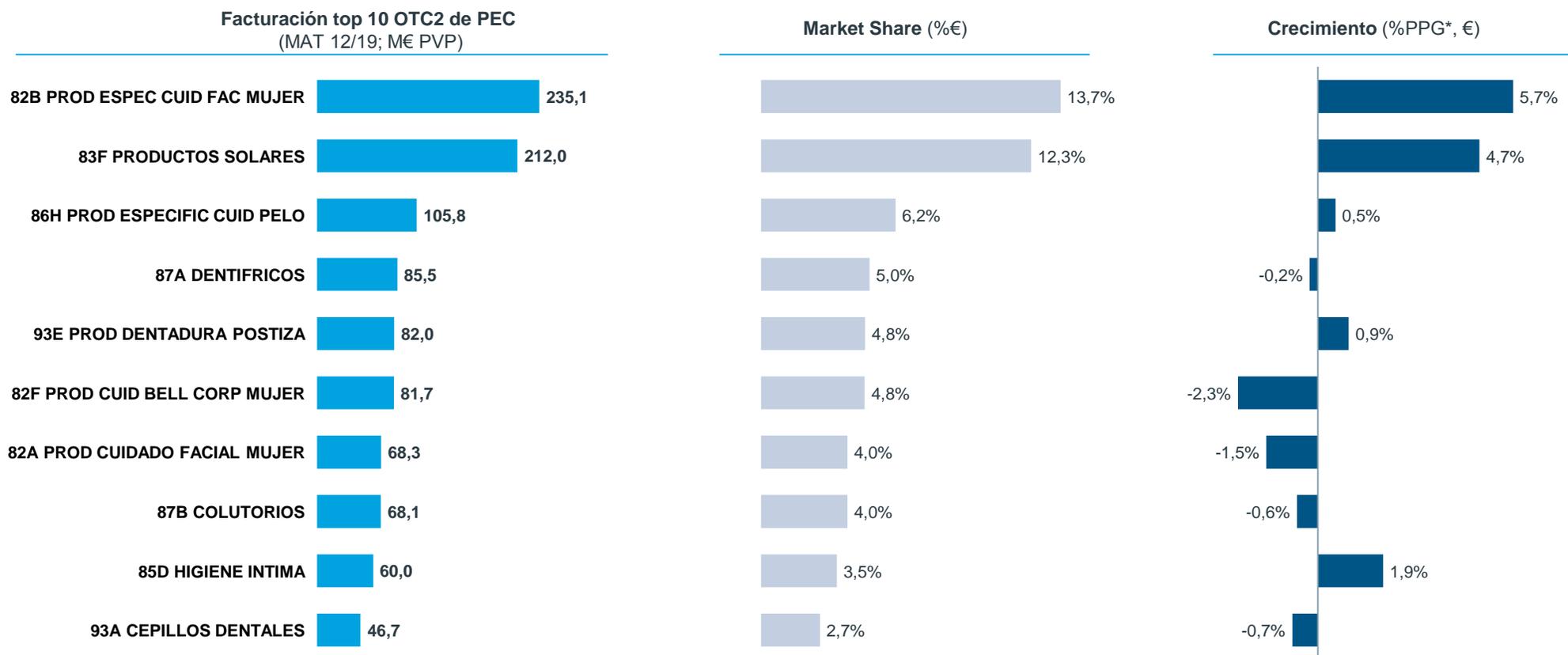
Clases con mayor decrecimiento este mes



- De las clases que **evolucionan negativamente** frenando más el crecimiento, encontramos los productos de **cuidado facial antiedad/antiarrugas mujer**, que aporta al decrecimiento -0,7M€. En esta clase, los top 5 players muestran tendencias negativas, dos de ellos decrecen a doble dígito.
- La segunda clase que más decrece en absoluto este mes de diciembre es la clase de **productos de contorno de ojos**, Vemedica PH es el laboratorio que más contribuye al decrecimiento.

En los 12 últimos meses, 5 del top 10 clases de PEC crecen, siendo los productos especiales cuidado facial mujer y solares los de mejor evolución

De las top 10 clases OTC2, la clase de productos de cuidado corporal mujer es la que mas decrece



Total mercado PEC a MAT/12/19: 1.719 Mill. de € con un PPG del 1,9%

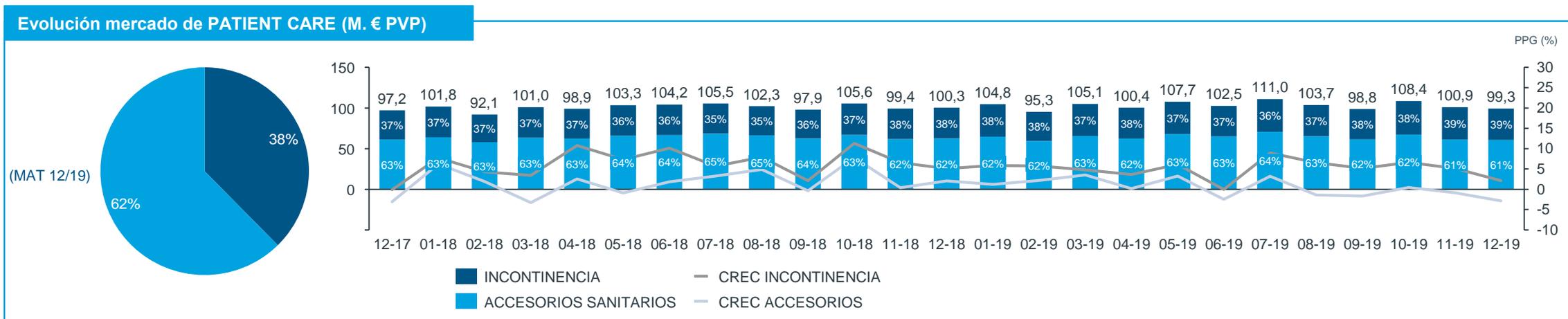
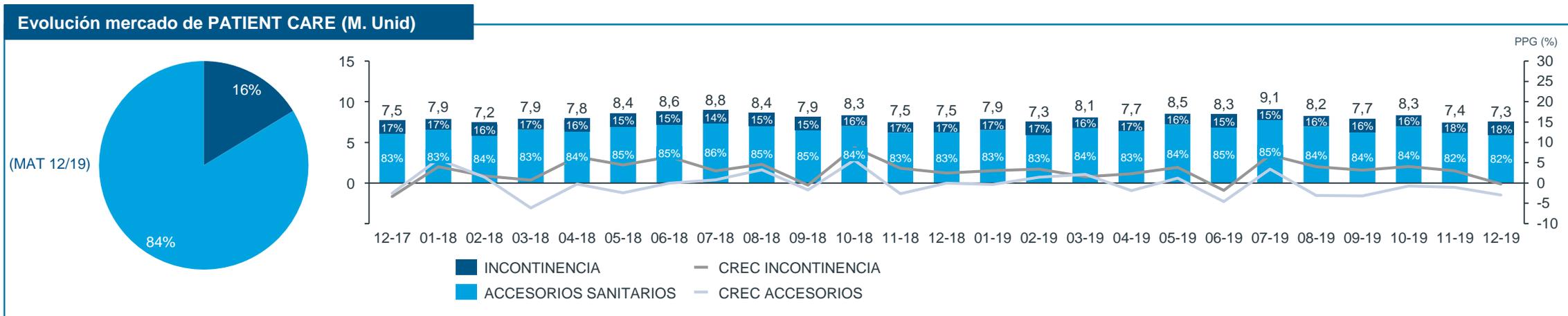
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*Previous Period Growth

En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 62% 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



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En el mes de diciembre, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal siguen siendo la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC

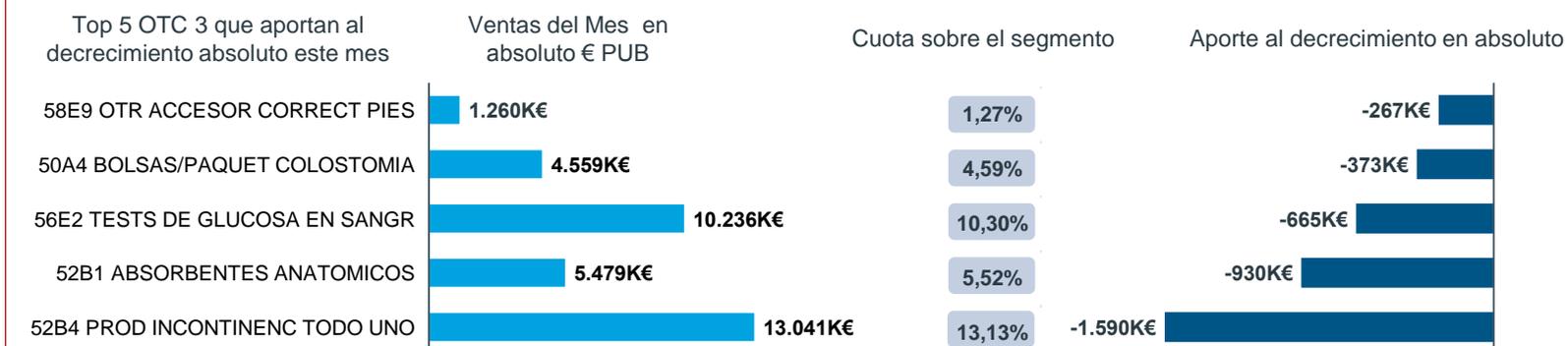
Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca de 1,6M€

Clases con mayor crecimiento este mes



- En diciembre, y siguiendo la misma tendencia que los últimos meses, la clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de **Braga Pañal, creciendo 3,6M€**. Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Indas, Hartman, Bimedica, Essity y Ontex ID). Todos ellos muestran crecimientos superiores de doble dígito y la clase crece un 29,3%. Esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

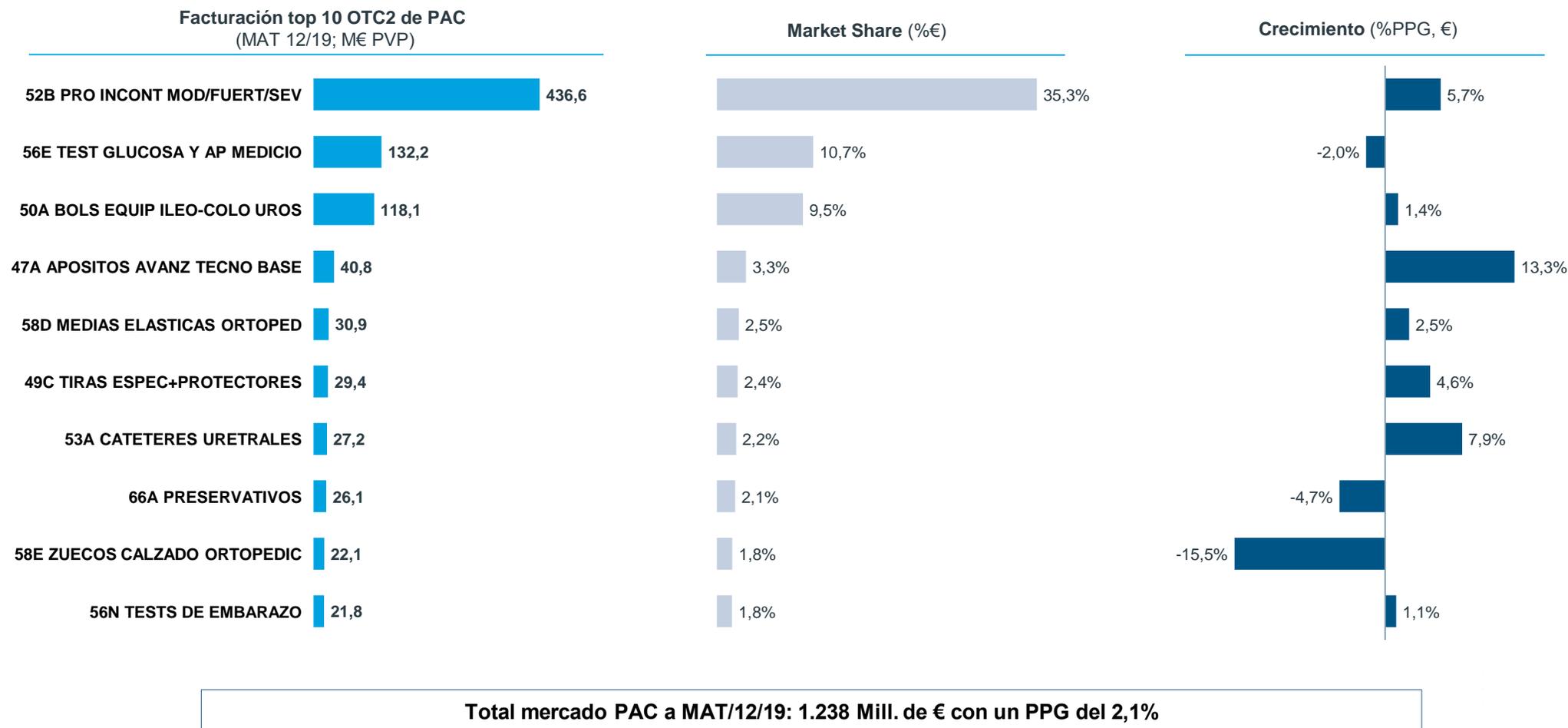
Clases con mayor decrecimiento este mes



- Decrecen 1,6M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, los Top 3 laboratorios líderes en esta clase decrecen y 2 de ellos lo hacen a doble dígito.
- La segunda clase con mayor aporte al decrecimiento es la de **Absorbentes anatómicos** y cae un -10,9%, debido a la caída generalizada entre los players.
- Estos decrecimientos explican la sustitución de los productos para incontinencia utilizados tradicionalmente por la Braga-Pañal.**

Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (35,3%) y presentan un crecimiento positivo en el último MAT

En el segmento de PAC decrecen 3 de las top 10 clases para el acumulado de los últimos 12 meses



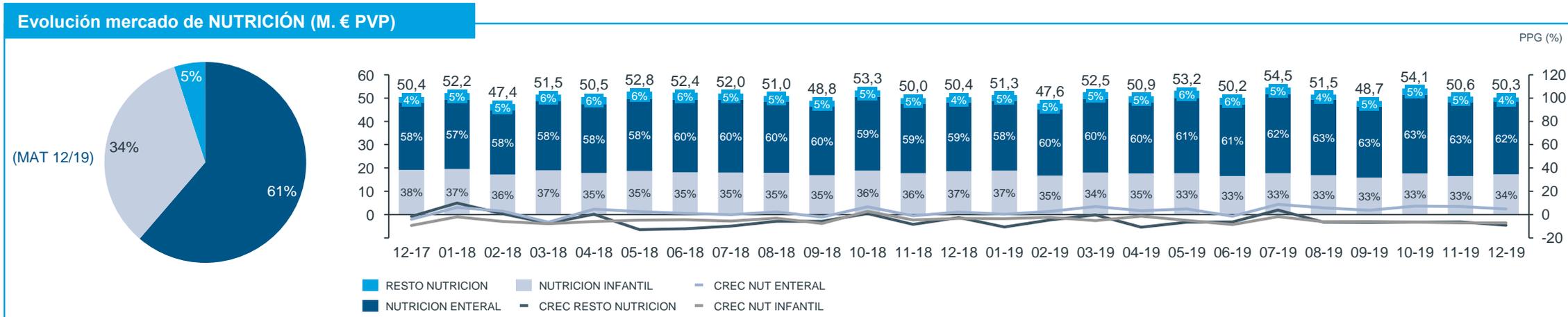
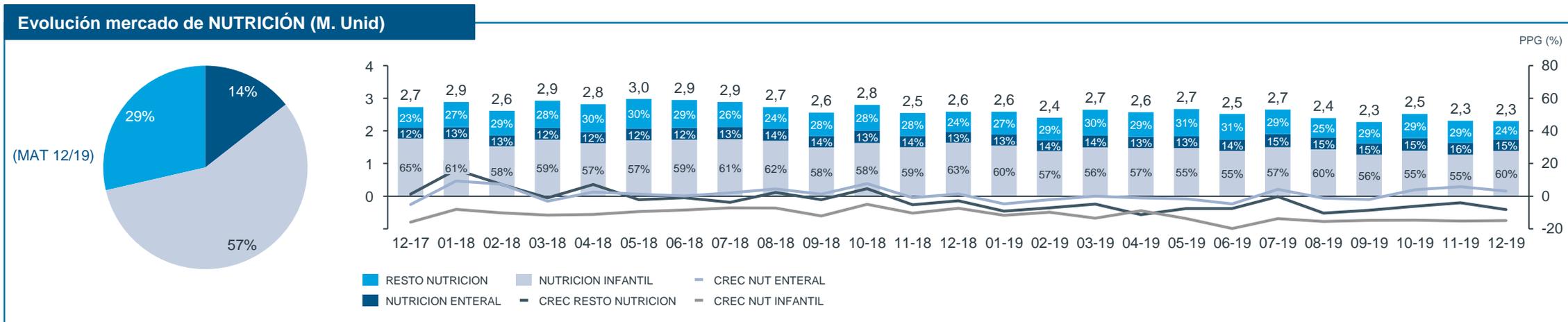
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*Previous Period Growth

El mercado de nutrición en el último MAT se mantiene gracias al crecimiento de NUT enteral que compensa la caída de NUT infantil y resto de nutrición

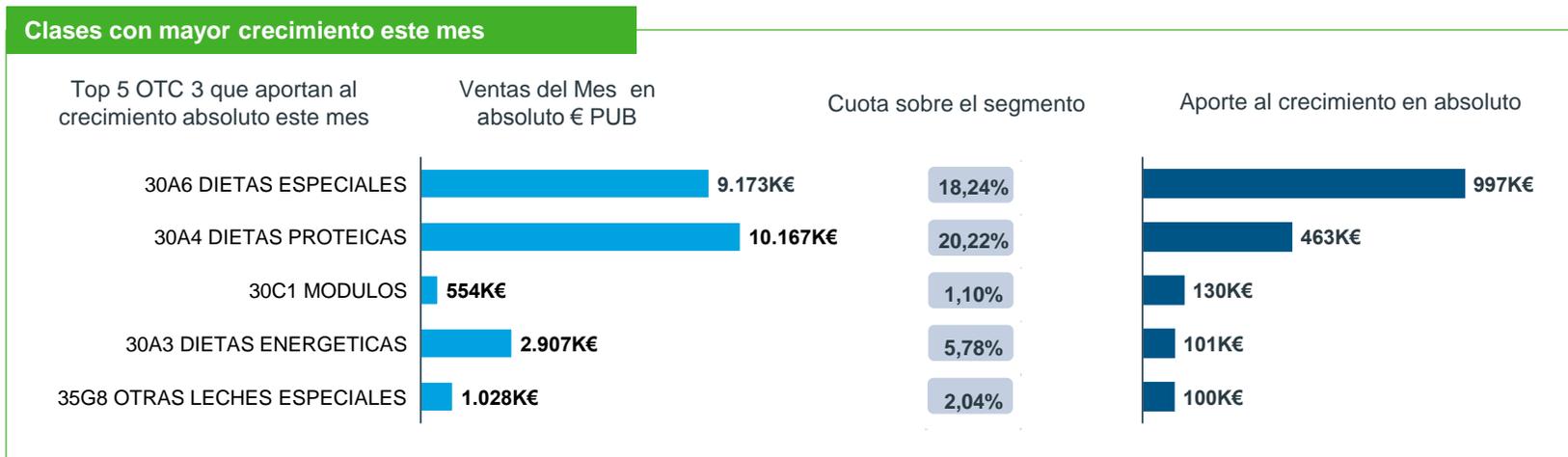
Siguiendo la misma tendencia que en el acumulado, en diciembre 2019 nutrición enteral crece un +4,9% mientras que nutrición infantil y resto nutrición decrecen un -7,1% y un -4,6% en valores respectivamente



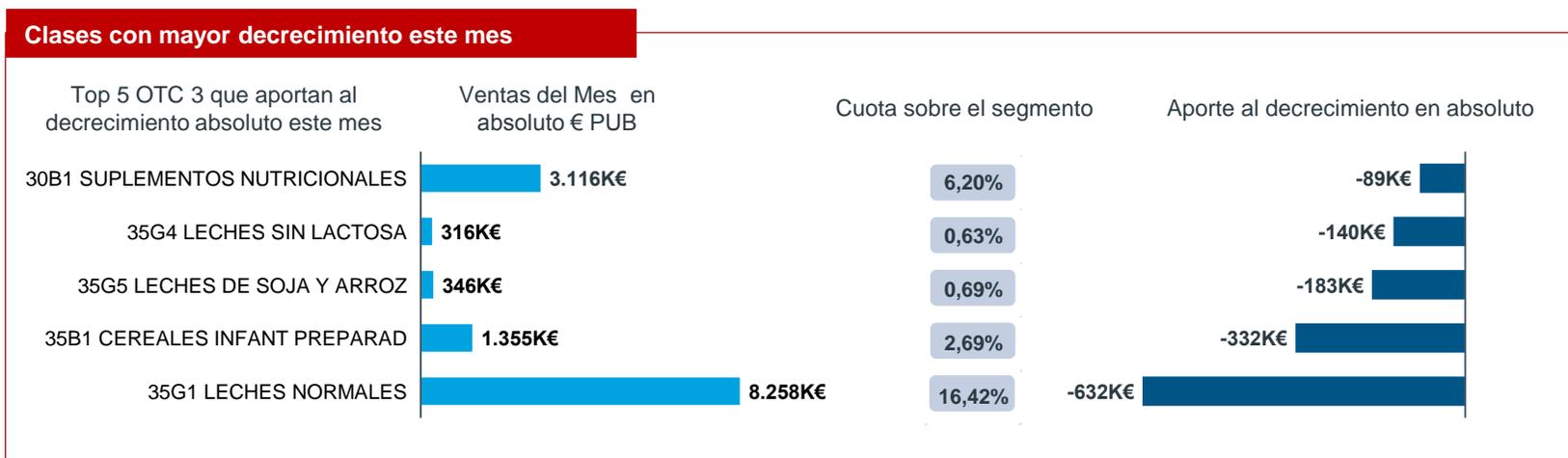
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En diciembre, 4 de las clases con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral

Decrecen los cereales, así como las leches normales, sin lactosa y de soja y arroz entre otras



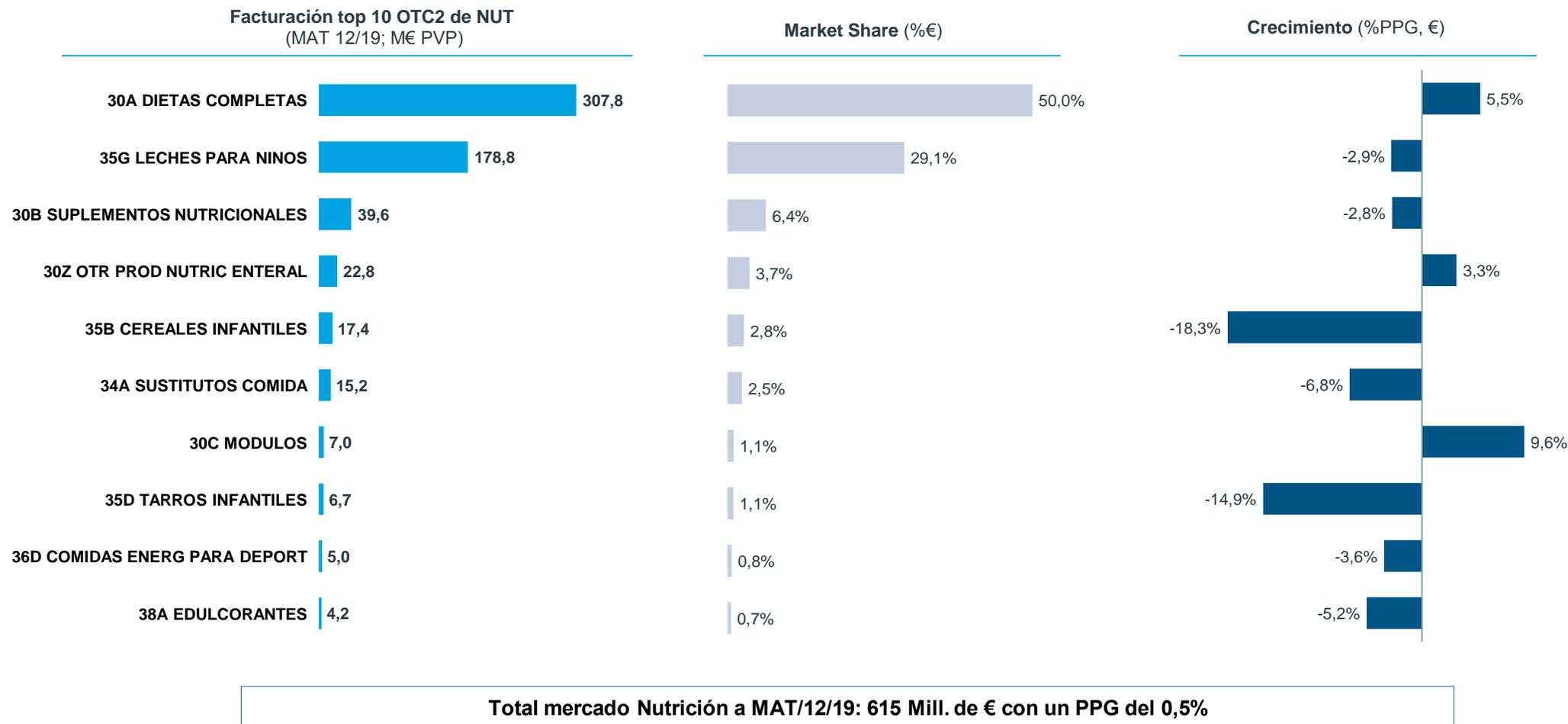
- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~1,5M€** en el mes de diciembre. En dietas especiales observamos un crecimiento de los 5 líderes en el mercado, y en dietas proteicas crecen 4 de los top 5 players en el mercado.
- La tercera clase con mayor aporte al crecimiento es la **clase de modulos**, en la que Nutrición medica y Adventan healthcare, que son los principales players, muestran evoluciones positivas.

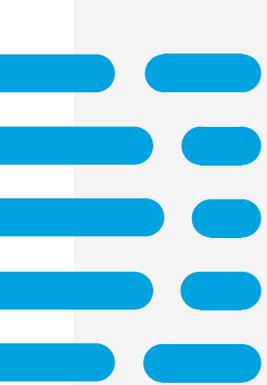


- **Leches normales** es la clase que más aporta al decrecimiento del segmento NUT en el mes de diciembre. Es un mercado muy concentrado, los top 5 laboratorios concentran ~90% y presentan una evolución negativa.
- El mercado de **cereales infantiles preparados es la segunda clase con mayor aporte al decrecimiento**, debido a una caída generalizada de los distintos players.

El mercado de nutrición continua revirtiendo su tendencia negativa, siendo la categoría de módulos la que más crece (+9,6%, +0,6M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (50,0%) y un crecimiento 5,5%





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



INMUNOESTIM. Y
VIT. C



LABIALES Y
NASALES



CREMA DE
MANOS

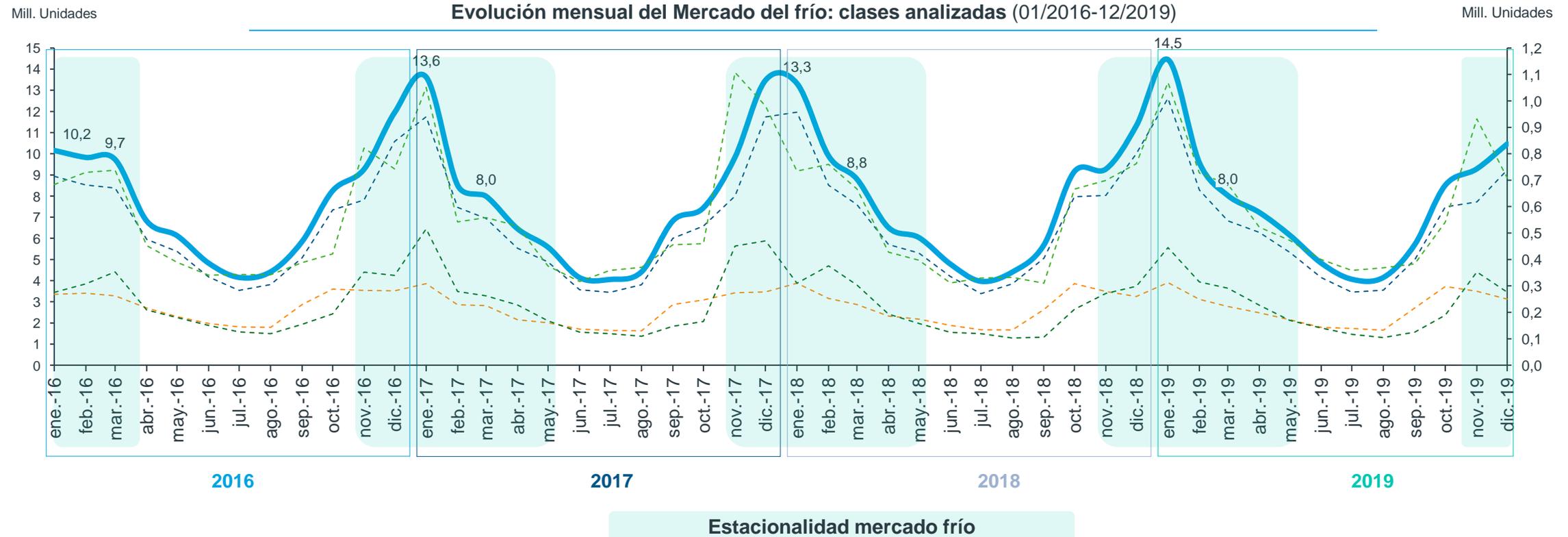


El mercado del frío decrece un -7,6% en unidades respecto a diciembre del año anterior, decrecimiento promovido por todas las categorías del frío

Esta tendencia negativa puede explicarse por el cambio meteorológico que ha sufrido este diciembre vs diciembre del año anterior

La AEMet** define este mes de diciembre como un mes cálido o muy cálido en la mayor parte de la España peninsular.

"Ha sido un mes de diciembre con la temperatura media de 9,9°C valor que queda 1,9°C por encima de la media de este mes. Se ha tratado del tercer mes de diciembre más cálido en lo que llevamos de siglo XXI. Sin embargo, el mes ha resultado en su conjunto húmedo, con una precipitación media sobre España de 112mm, valor que supera en un 37% al valor normal de este mes, que es de 82mm."



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.300 farmacias (€PVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Categorías analizadas: RESPIRATORIA, INMUNOESTUM Y VIT C, LABIALES Y NASAL, MANOS

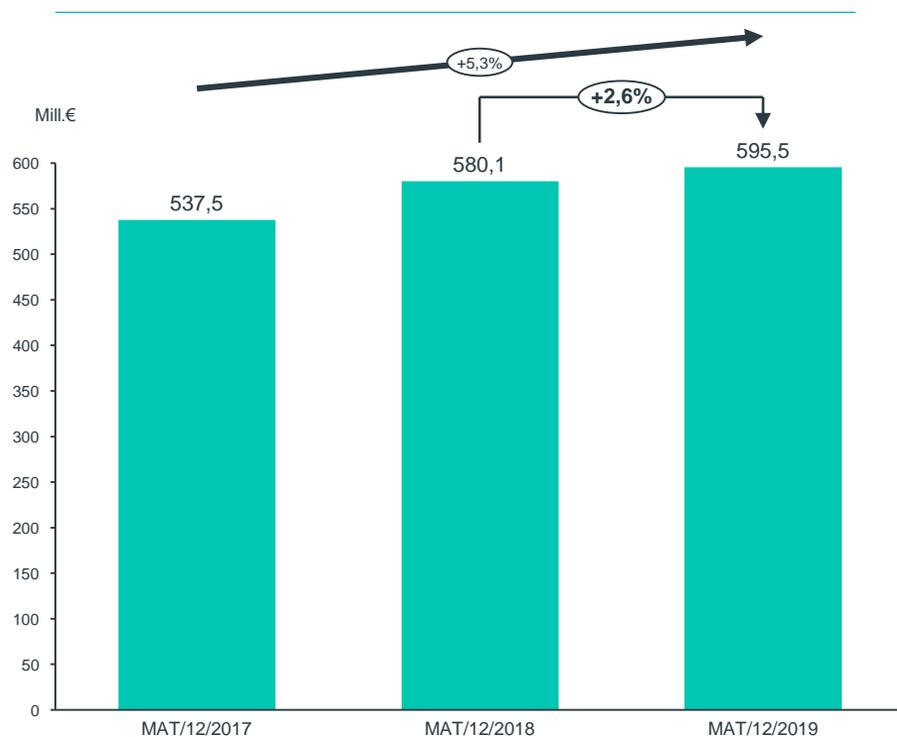
**<https://aemetblog.es/2019/11/05/avance-climatico-nacional-del-mes-de-octubre-de-2019/>

- MERCADO FRÍO
- RESPIRATORIO
- LABIALES Y NASAL
- MANOS
- INMUNOESTIM Y VIT C

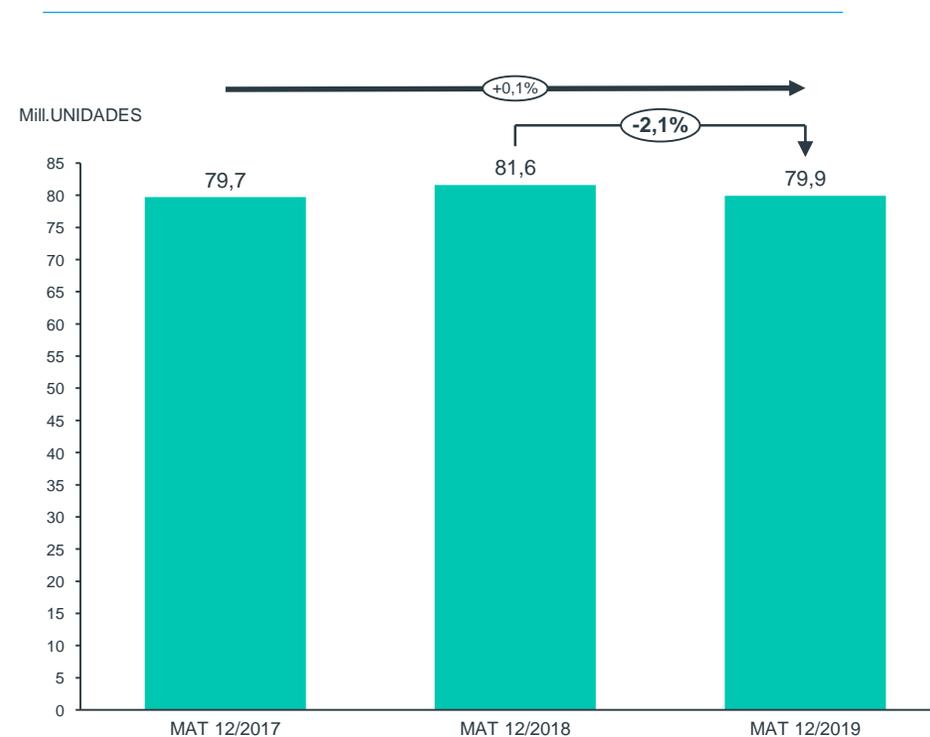
En los últimos 3 años, las ventas de los productos incluidos en la categoría de respiratorio han crecido en un +5,3% en valores

Para los últimos 12 meses, el mercado respiratorio crece en valores mientras que presenta decrecimiento en unidades

Evolución categoría aparato respiratorio
(Mill. € PVP, MAT 12/2019)



Evolución categoría aparato respiratorio
(Mill. UDS, MAT 12/2019)

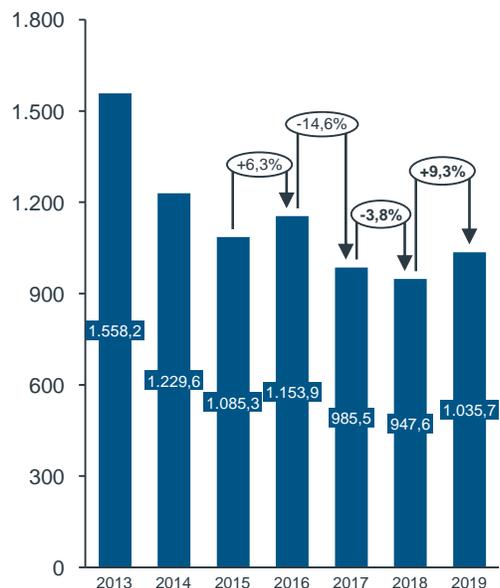


TOTAL RESPIRATORIO

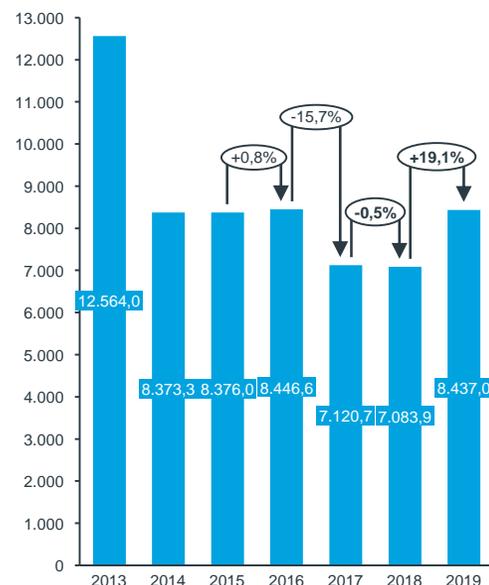
En 2019 se han lanzado 204 referencias nuevas que acumulan unas ventas de 8,4 M€

El precio medio de los lanzamientos para los periodos analizados muestran máximos en 2015 y 2016. En 2019, observamos un aumento del precio de los lanzamientos respecto al periodo anterior.

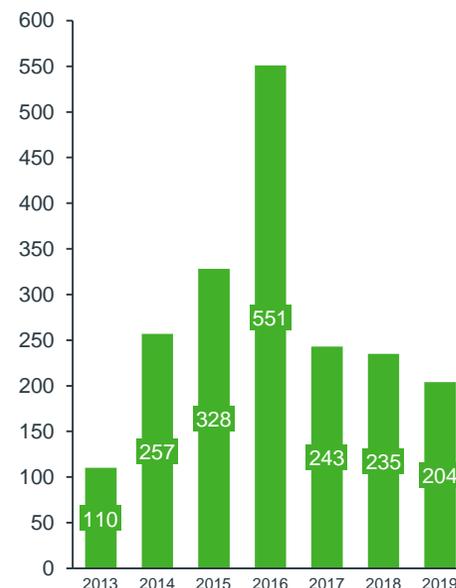
Ventas lanzamientos Mercado del Frío*
(Miles Uds)



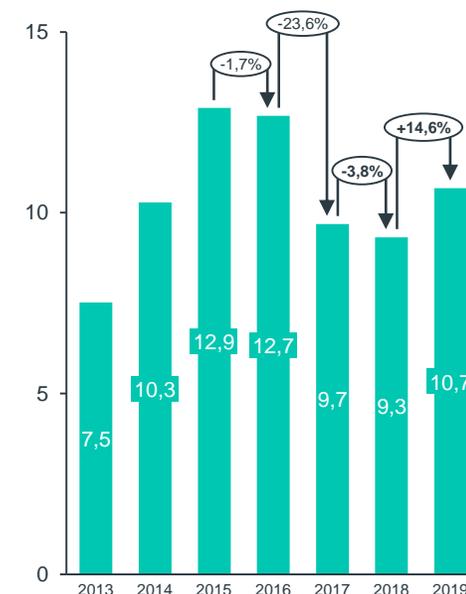
Ventas lanzamientos Mercado del Frío*
(Miles €)



lanzamientos Mercado del Frío*
(packs)



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



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.300 farmacias (€PVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Categorías analizadas: RESPIRATORIA, INMUNOESTUM Y VIT C, LABIALES Y NASAL, MANOS.

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de diciembre 2019

Enero 2020