

# Evolución del Mercado de la farmacia Española

*Actualización datos de enero 2020*

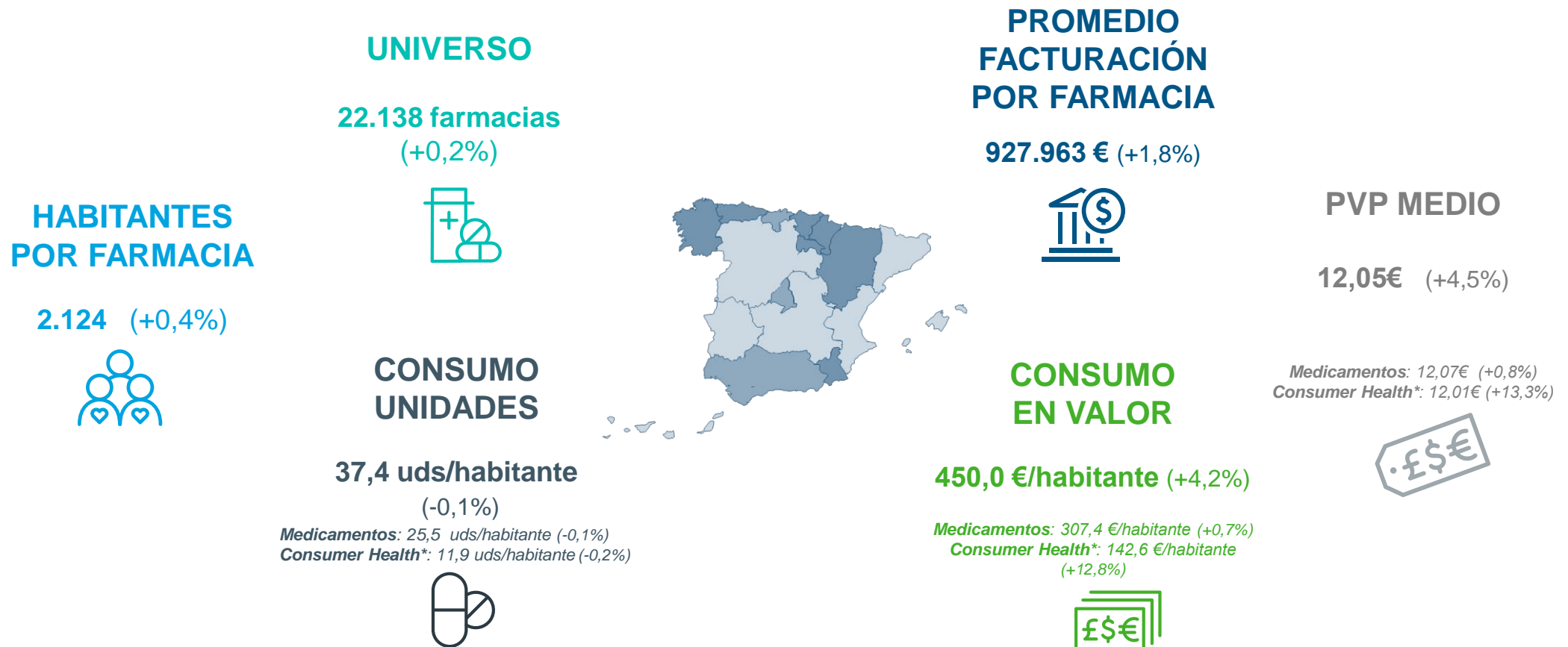
Febrero 2020



# 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

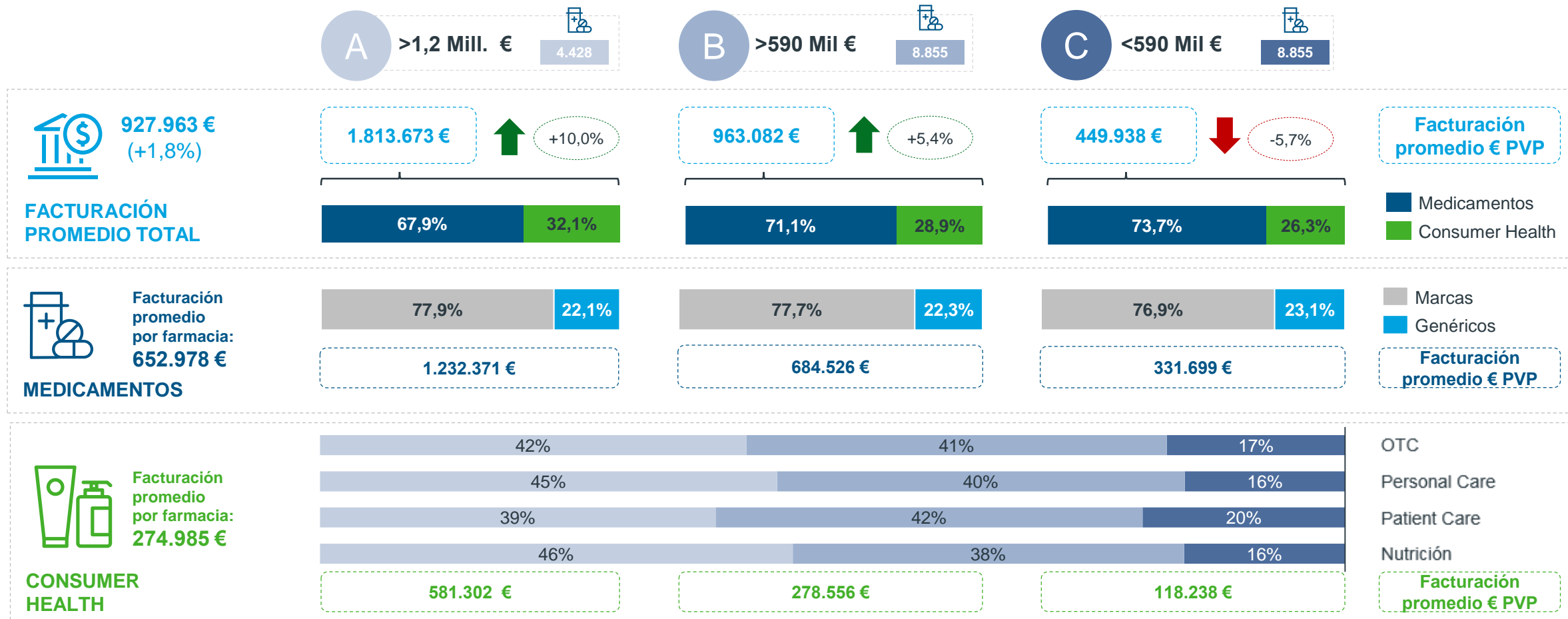
# España cuenta con 22.138 farmacias, las cuales facturan de promedio 928K€ con un PVP medio de 12,05€



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 1,8% en el último año, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

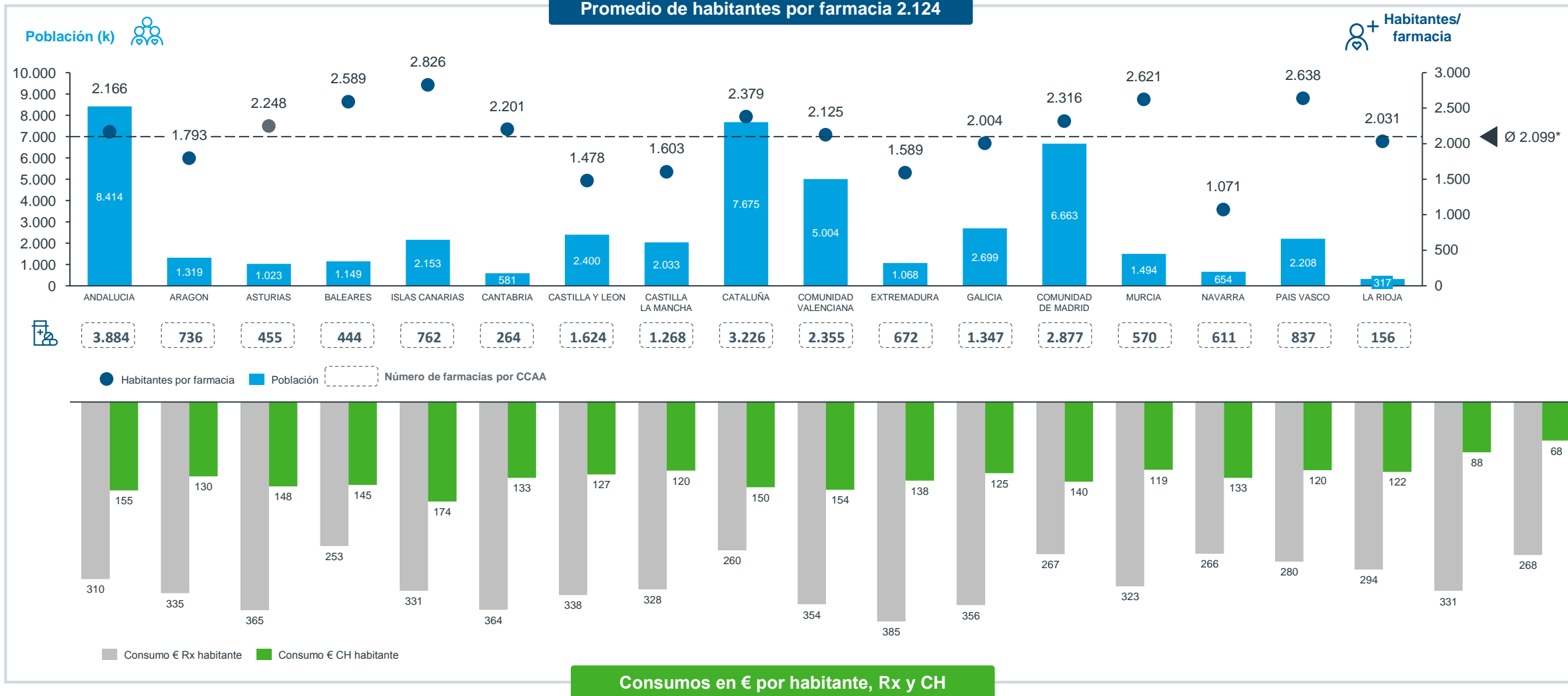
El 20% de las farmacias (farmacias A) concentra el 42% del mercado CH



Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP) \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Datos 2019 (salvo split marcas vs. genéricos, basado en dato de 2018). Fuente: IQVIA Sell-out Muestra de 6.300 farmacias.  
 \*% PPG: Crecimiento entre los años 2018 y 2019

# Navarra es la CCAA con menos habitantes por farmacia (1.071) mientras que Canarias agrupa el mayor número de habitantes por farmacia (2.826)

Promedio de habitantes por farmacia 2.124



Fuente: datos 2019  
\*Ceuta y Melilla no incluidas

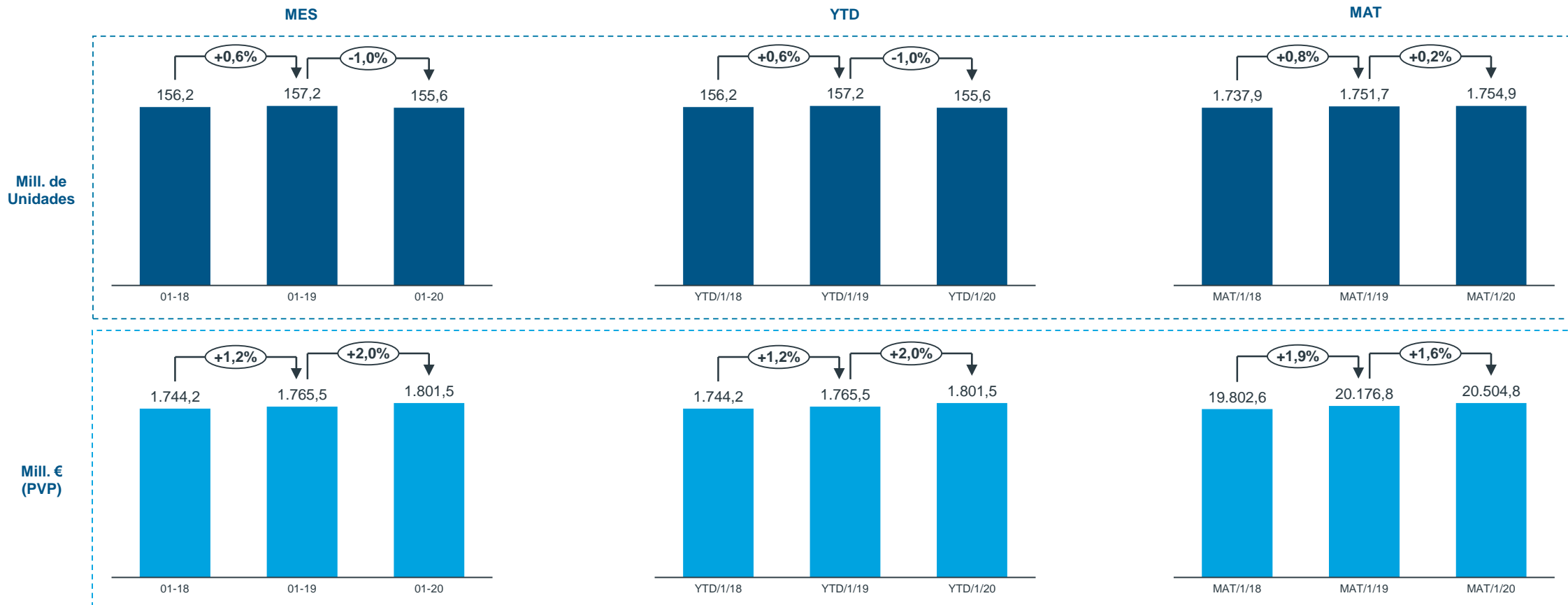


# Índice

- + 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 +0,2% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

## Total mercado farmacéutico

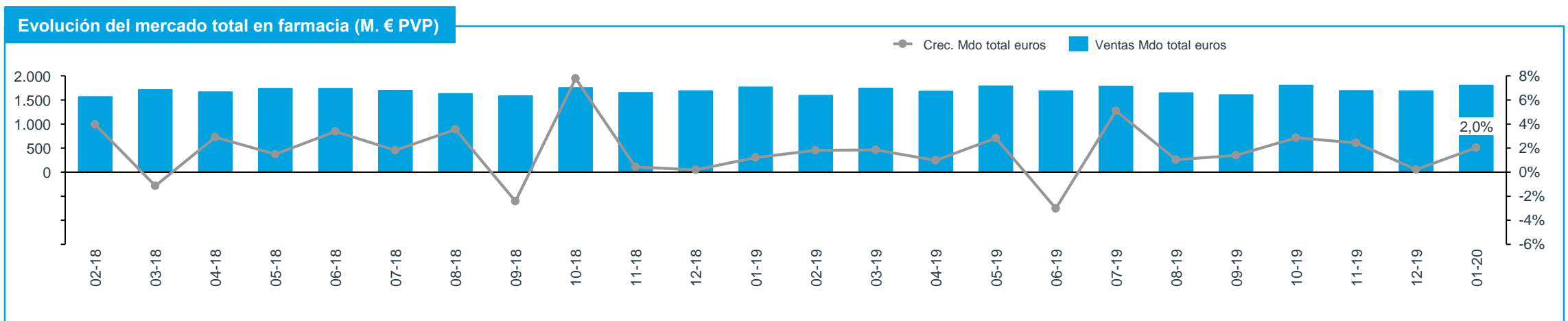
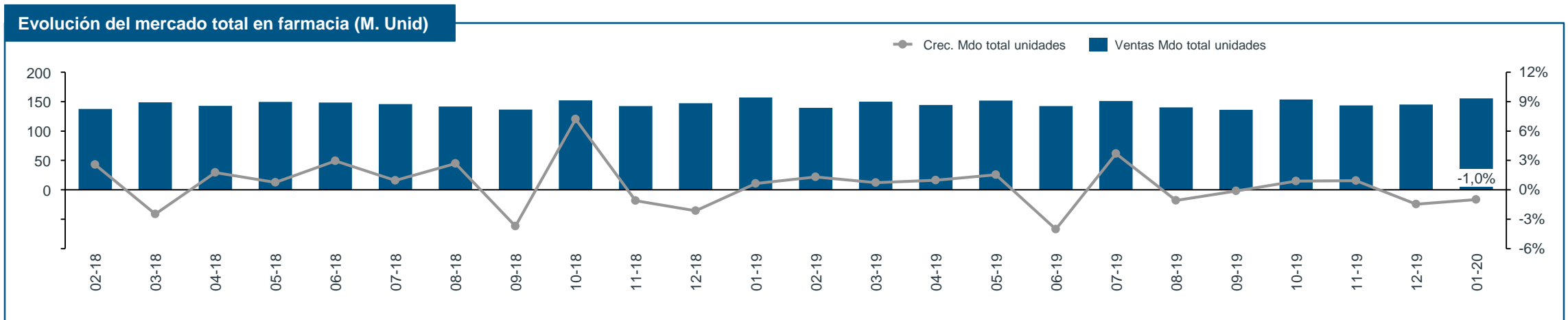


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# En enero, el mercado decrece en unidades (-1,0%) aunque crece en valores con un (+2,0%) vs enero 2019

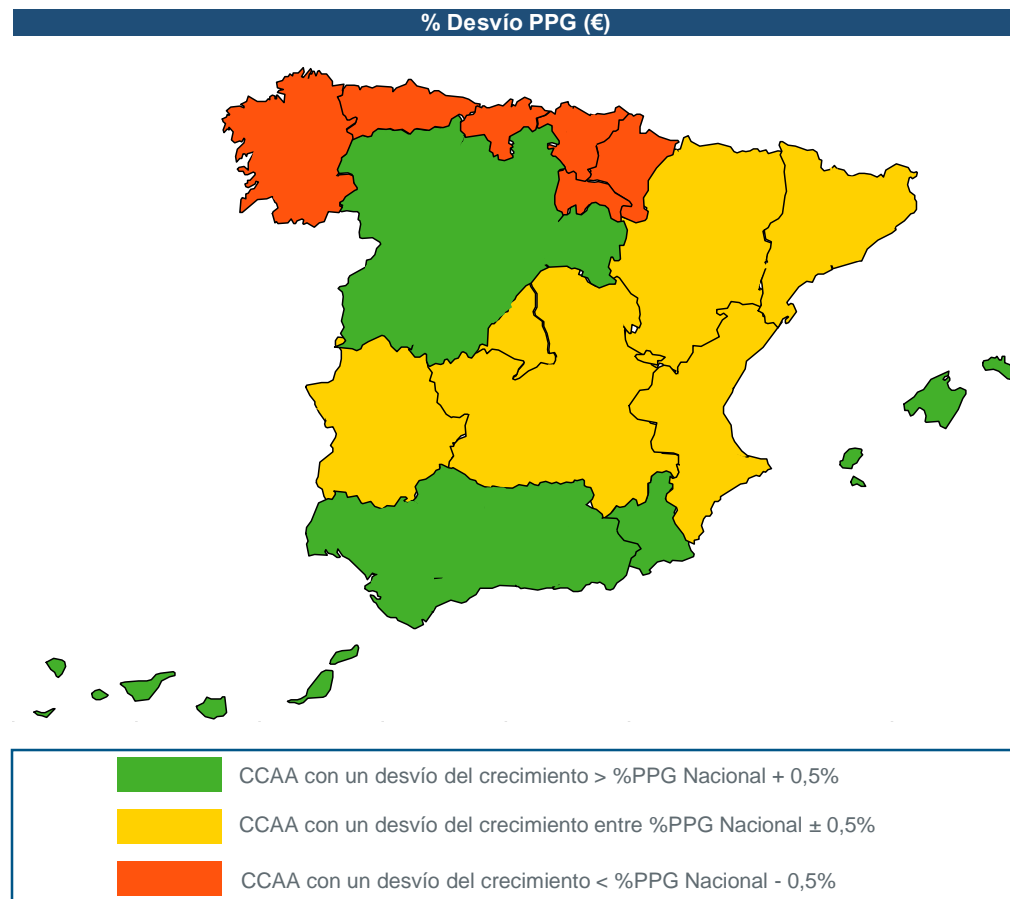


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior



# 6 de las 17 Comunidades Autónomas tienen un crecimiento superior al crecimiento nacional y 5 de ellas crecen un +0,5% por encima del nacional

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



MAT/1/2020	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
ISLAS CANARIAS	3,4%	10,5%
MURCIA	2,8%	5,4%
BALEARES	2,7%	3,5%
CASTILLA LEON	2,6%	8,5%
ANDALUCIA	2,5%	29,1%
CASTILLA LA MANCHA	1,9%	5,0%
CATALUÑA	1,5%	13,8%
EXTREMADURA	1,4%	2,3%
MADRID	1,3%	10,3%
ARAGON	1,2%	2,2%
COMUNIDAD VALENCIANA	1,2%	8,5%
GALICIA	0,7%	2,7%
ASTURIAS	0,6%	1,0%
CANTABRIA	0,3%	0,3%
LA RIOJA	0,0%	0,0%
NAVARRA	-0,7%	-0,5%
PAIS VASCO	-1,0%	-2,6%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>1,6%</b>	<b>100%</b>

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

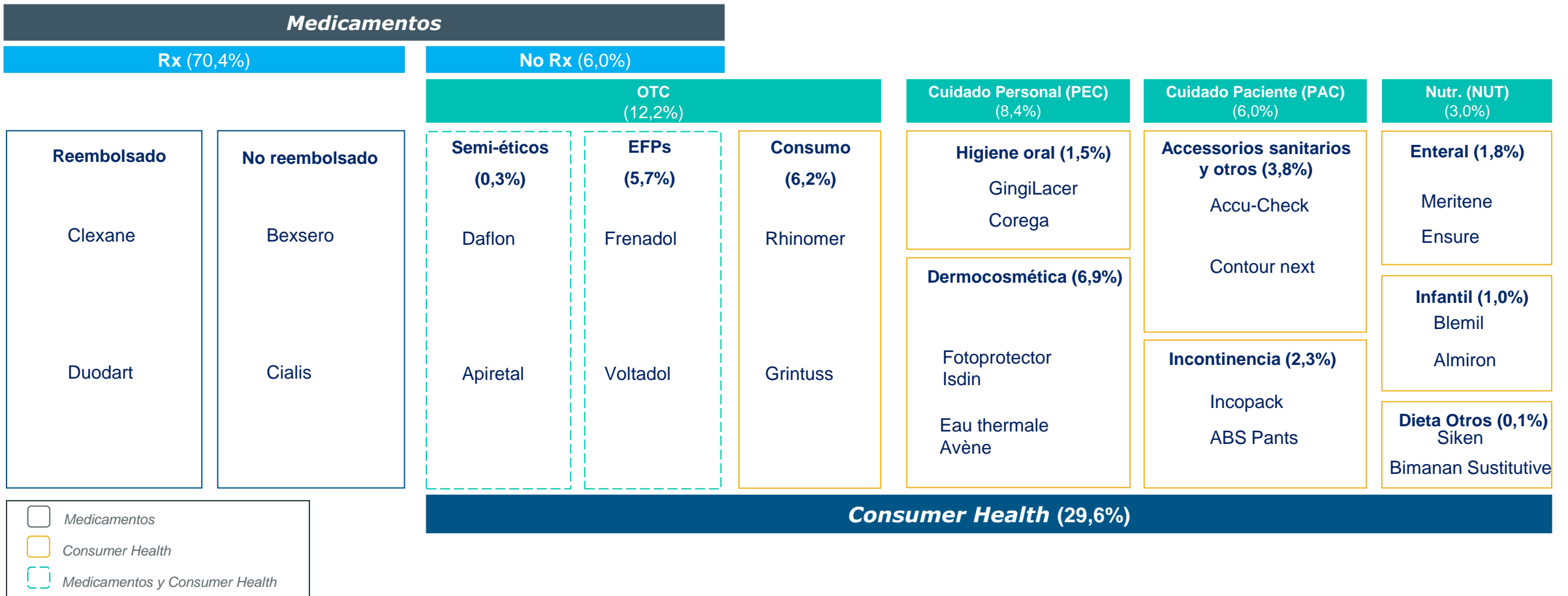


# Índice

- + 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 12/2019 sobre el mercado farmacéutico total  
 Los ejemplos de productos se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 12/2019  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

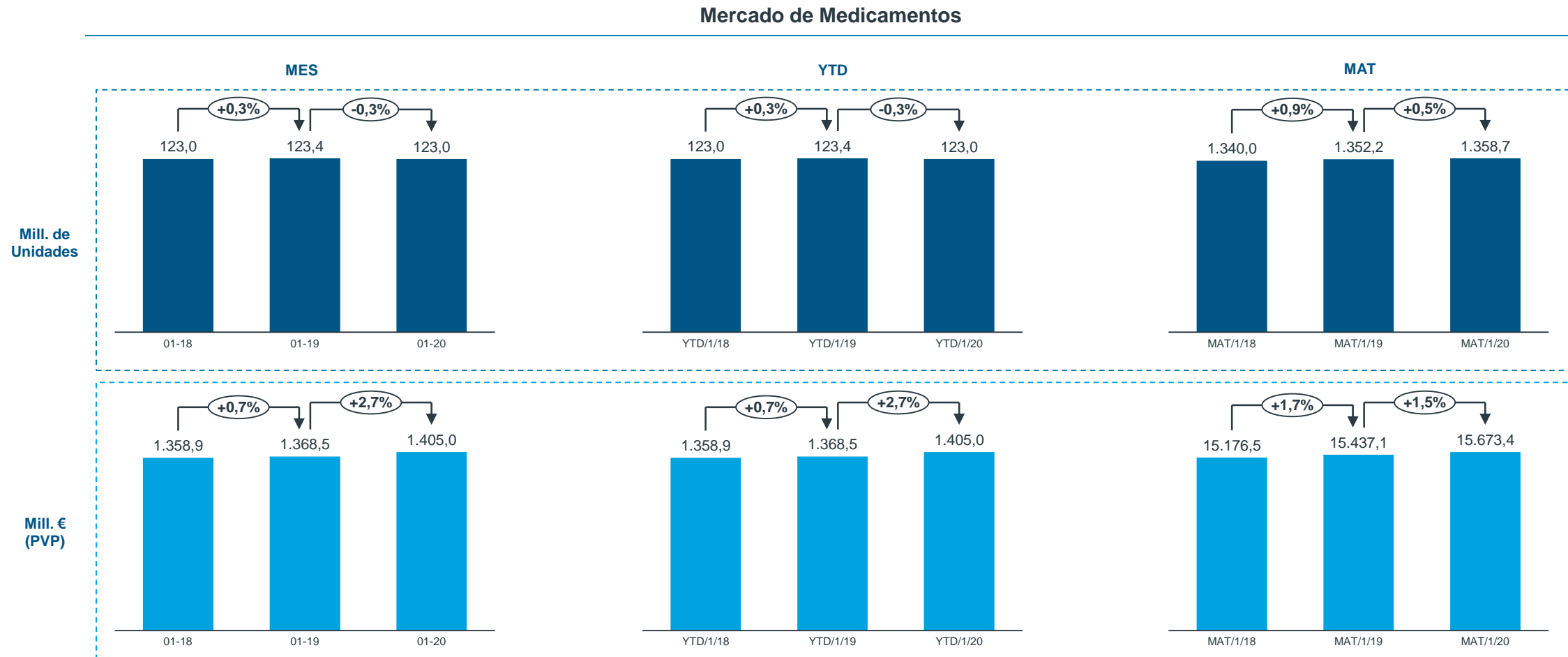


# Índice

- + 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

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

*El periodo acumulado MAT muestra crecimientos más ralentizados que el año pasado*

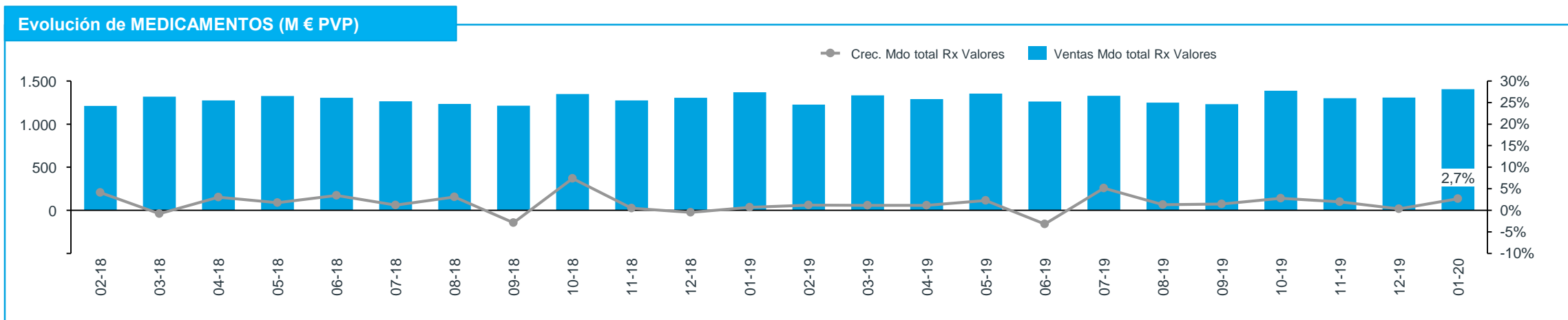
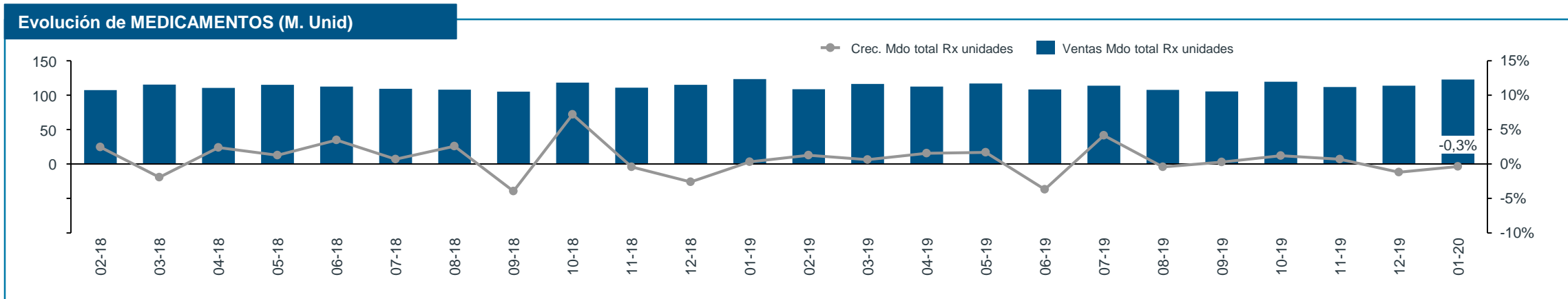


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

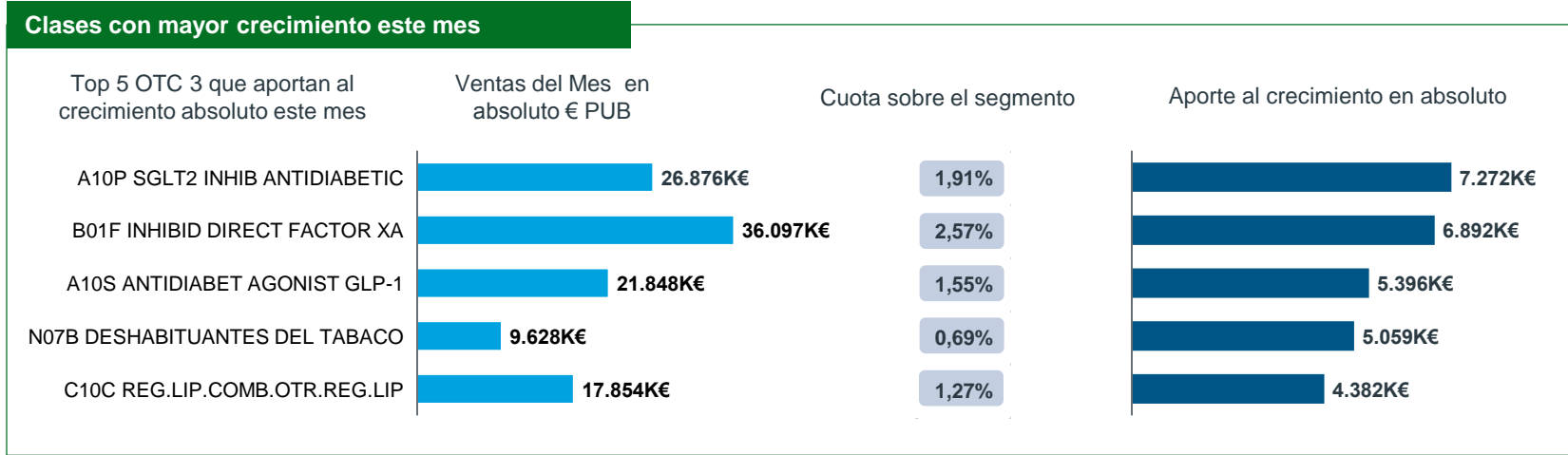
# En el mes de enero el mercado crece en valores (+2,7%) aunque decrece en unidades (-0,3%) vs el mismo periodo del año anterior



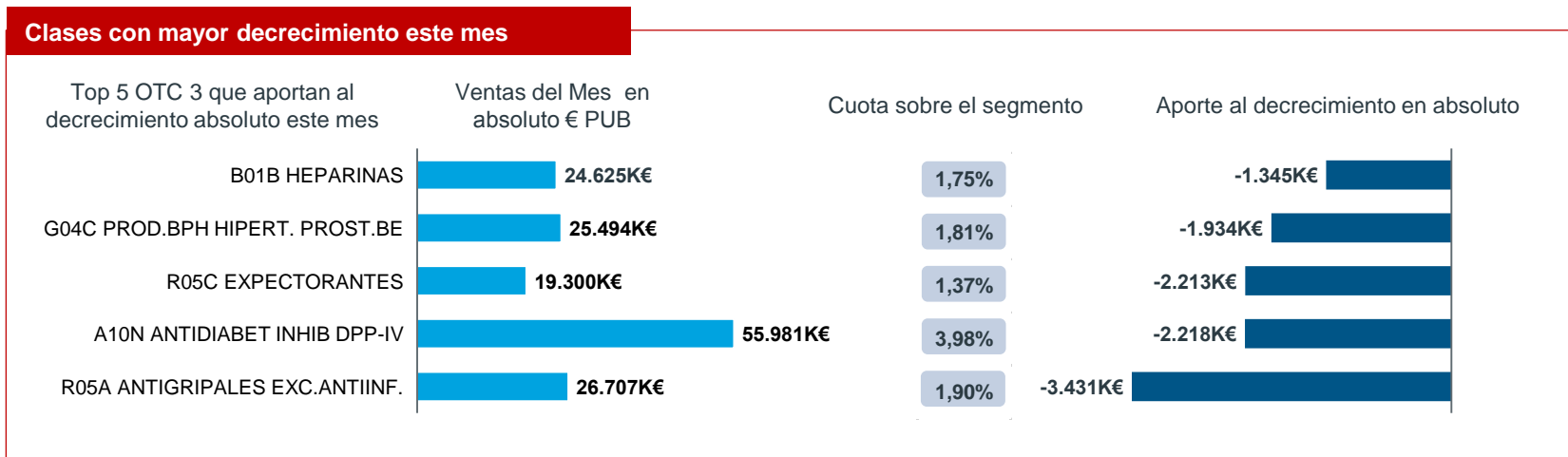
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# Los inhibidores antidiabéticos SGLT2 (clase A10P) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de enero, creciendo 7,3M€

La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la de antigripales excluyendo antiinflamatorios



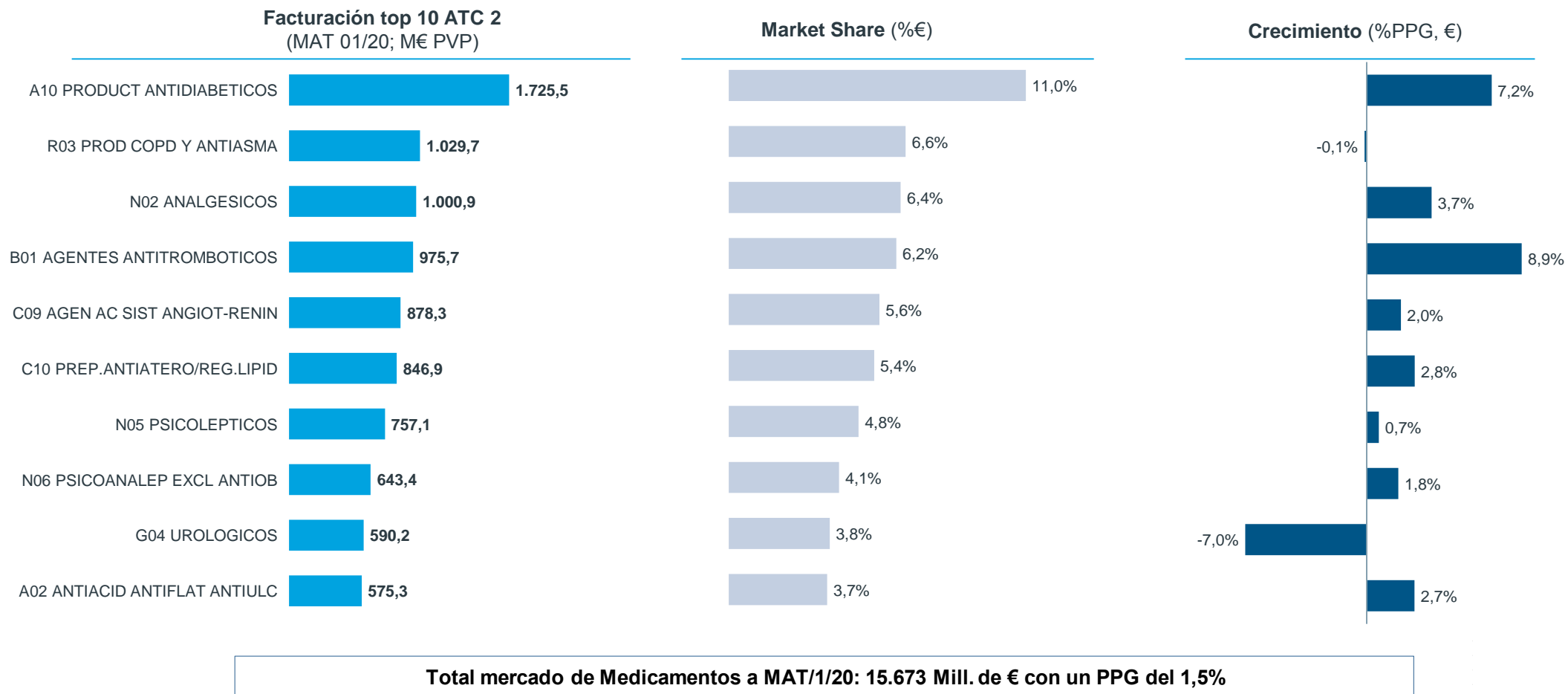
- La clase con mayor aporte al crecimiento son los Antidiabéticos inhibidores SGLT2 , su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Synjardy (1,8M€) y Jardiance (1,7M€).
- Los NACOs son la segunda clase que mas crece 6,9M€, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 3,1M€, seguido de Lixiana (2,2M€).
- Los antidiabéticos agonistas GLP-1 aportan 5,4M€ este mes de enero, el principal impulsor de este crecimiento es Trulicity (+1,8M€)



- La primera clase que más contribuye al decrecimiento son los antigripales (excl. antiinflamatorios). La mayor caída la proporciona caída de Frenadol Complex (-1M€).
- La segunda clase que más contribuye al decrecimiento son los antidiabéticos inhibidores DPP-IV, el principal impulsor del decrecimiento es Eucreas (-0,6M€) seguido de Eficcib (-0,5M€), Velmetia (-0,5M€) y Zomarist (-0,4M€).

# 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 Antiepilepticos (+33,1M€) y Antihistamínicos (+13,5M€)*

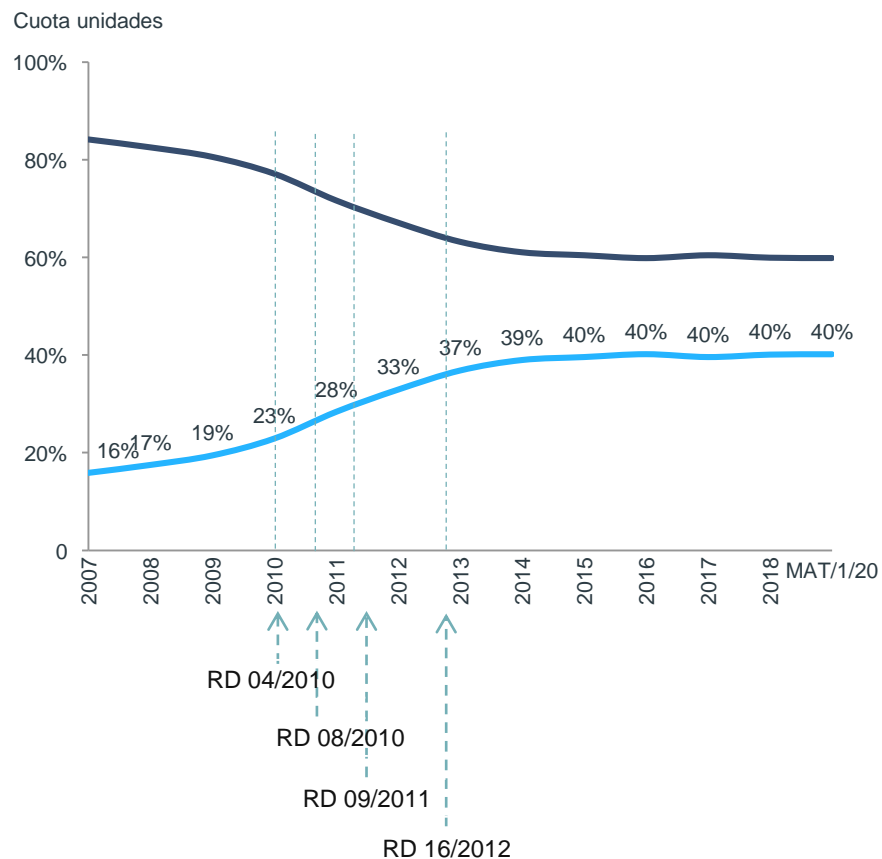


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

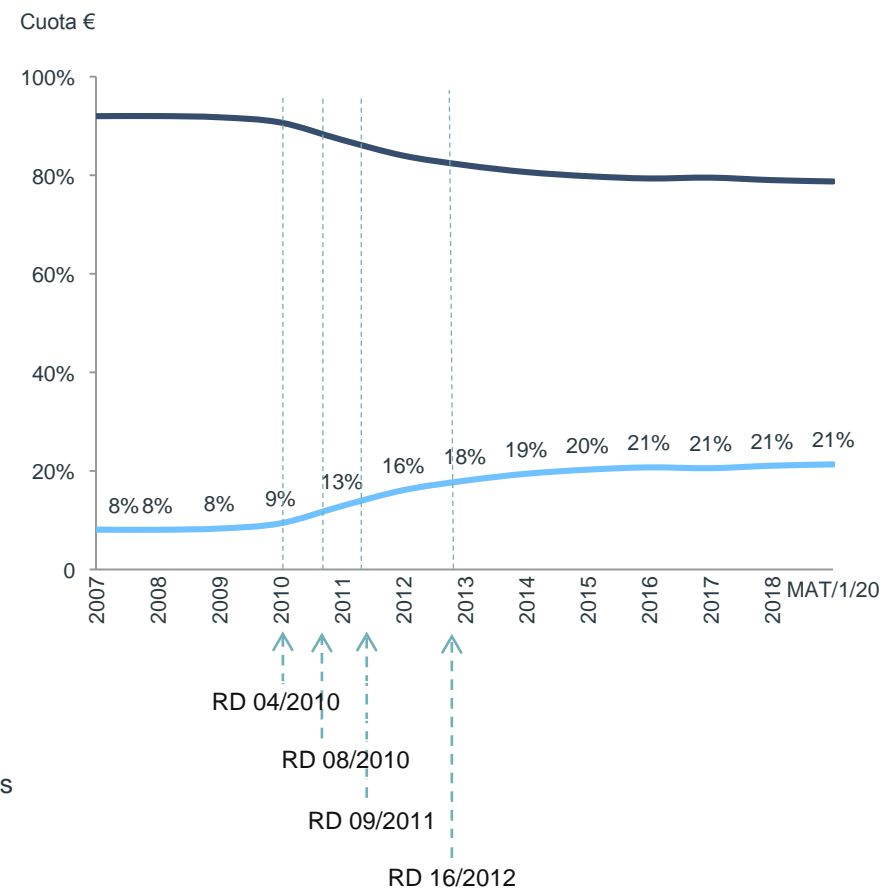


# Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje es del 21% en valores

Evolución genéricos total mercado farmacéutico (unidades)



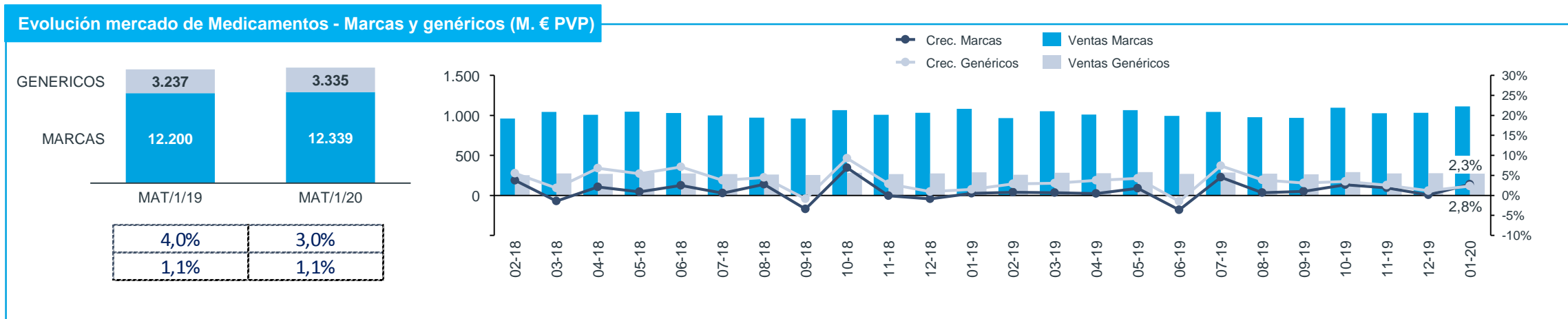
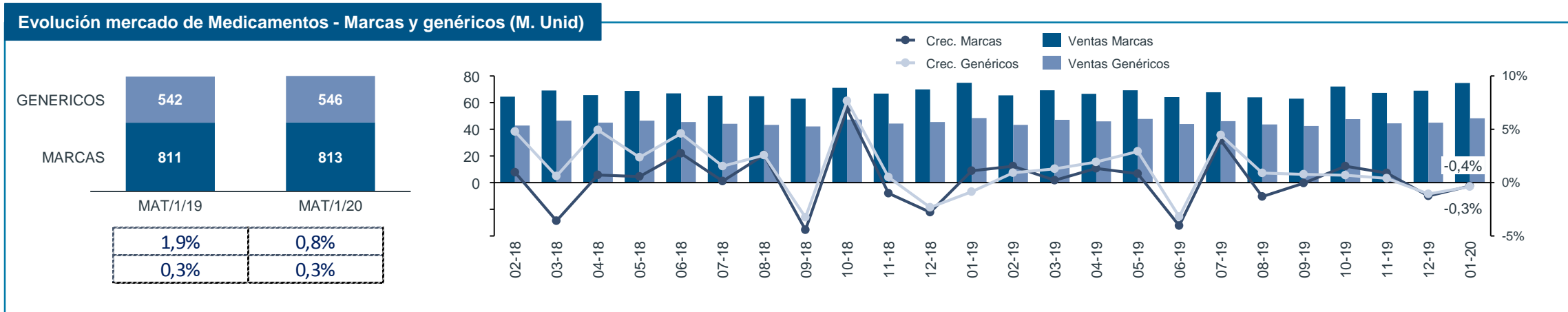
Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)



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 mes analizado, las marcas crecen por encima de los genéricos en valores rompiendo la tendencia de 2018 y 2019

Las marcas que más crecen en enero 2020 son Champix (financiado desde el 1 de enero 2020), Eliquis, Entresto y Lixiana, que aportan +13M€ al crecimiento este mes

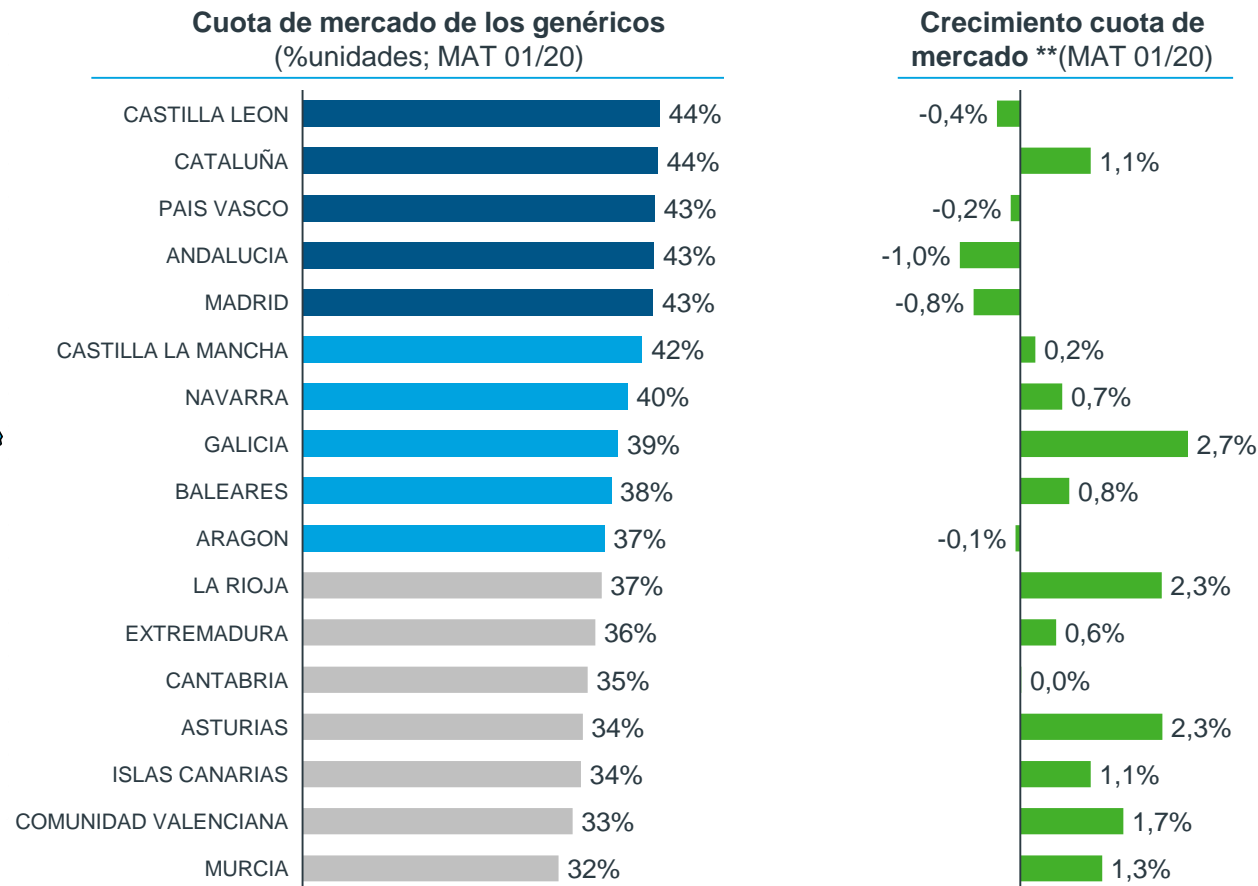
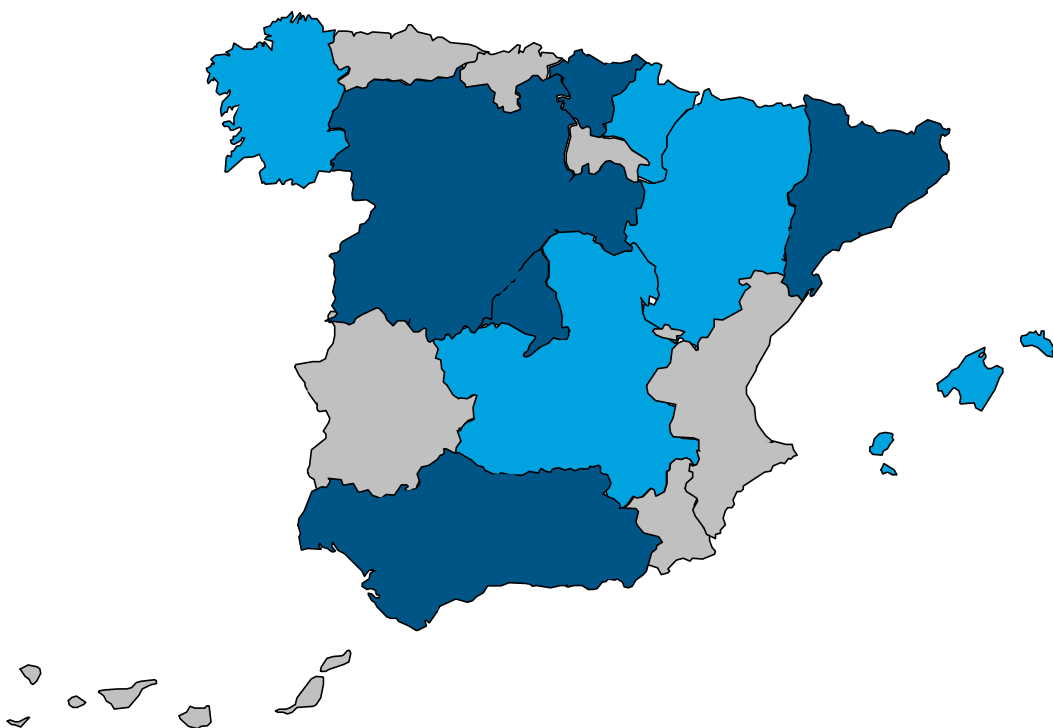


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semietícos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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, País Vasco, Andalucía 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, País Vasco, Andalucía, Madrid y Aragón*



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



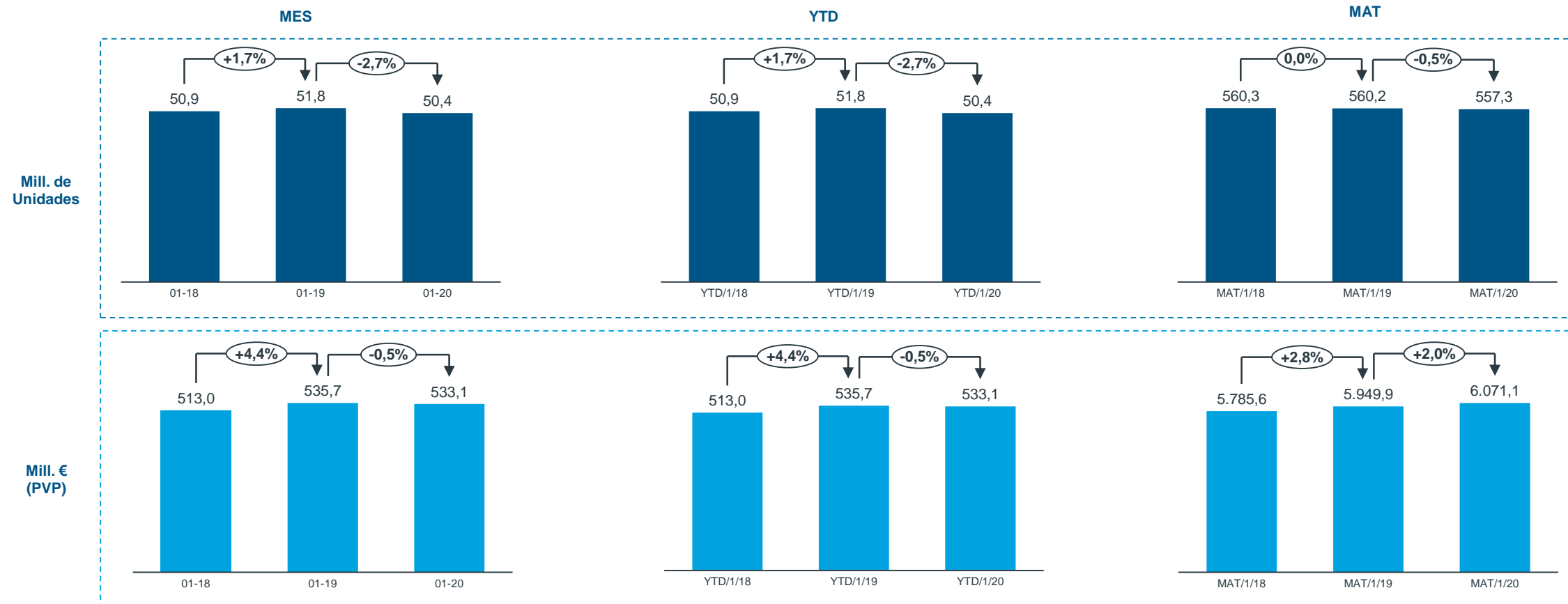
# Índice

- + 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 (-0,5%) aunque crece en valores (+2,0%)

*El mes de enero decrece en valores y decrece en unidades vs el mismo mes del año anterior*

## Mercado de Consumer Health

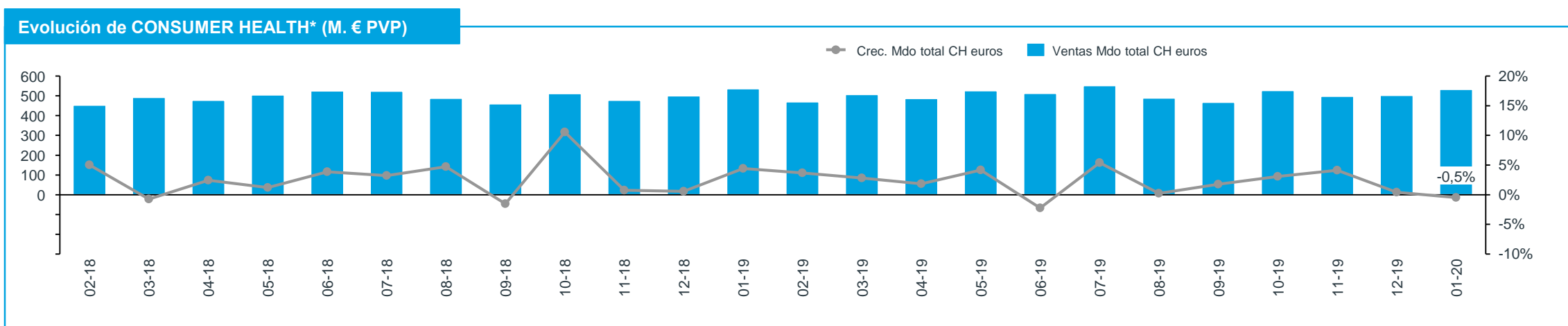
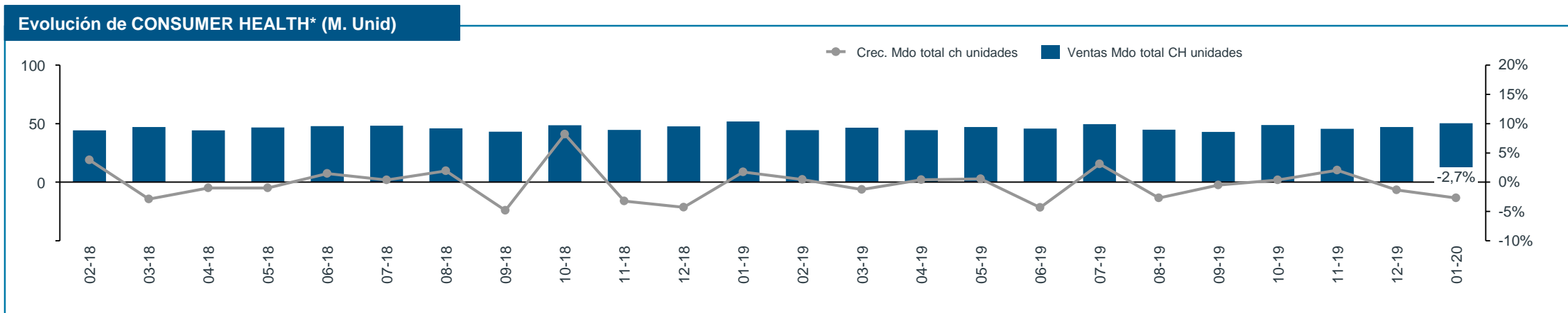


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# El mercado de Consumer Health decrece en el mes de enero un -0,5% en valores y un -2,7% en unidades respecto a enero 2019

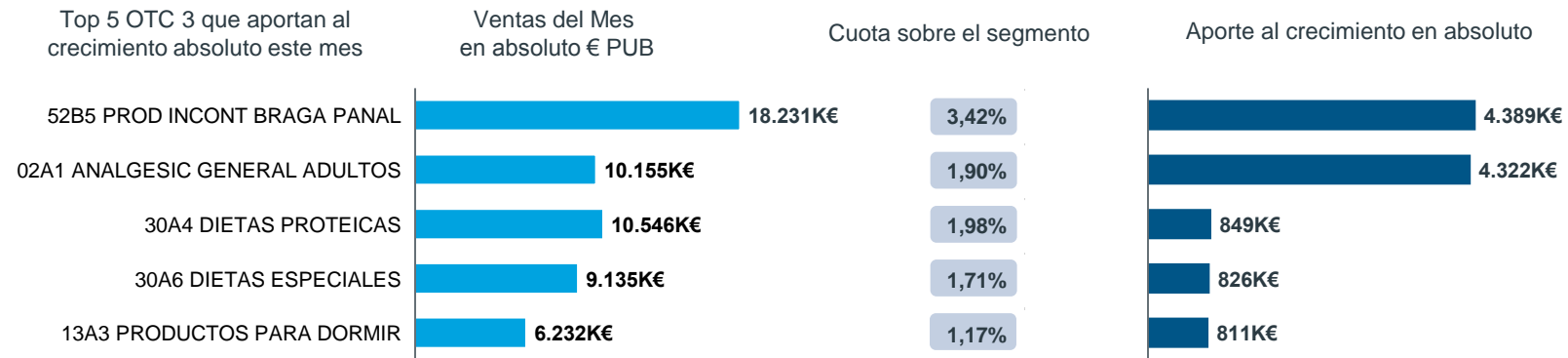


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# En enero, crecen los analgésicos generales para adultos y los productos para la incontinencia tipo Braga-Pañal

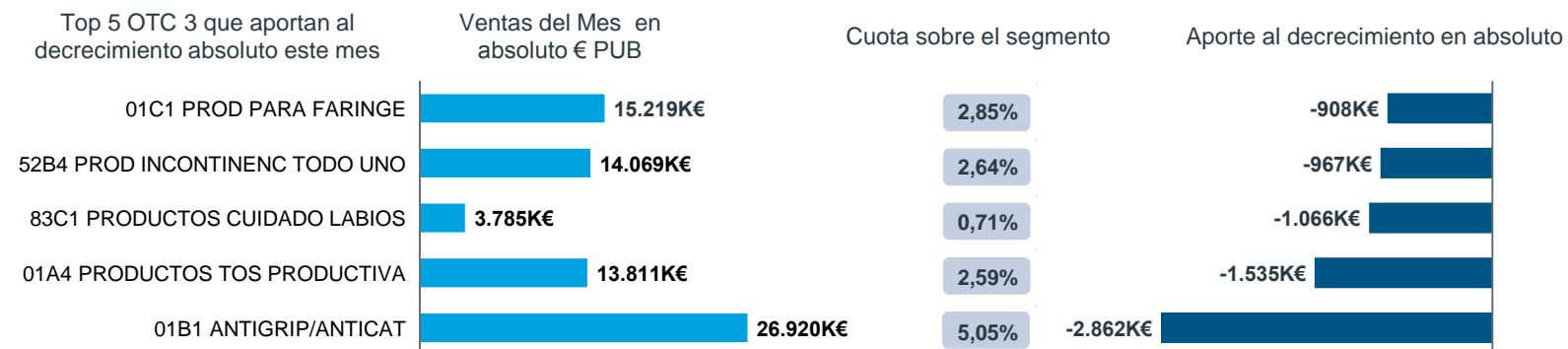
*El intercambio en los productos de incontinencia se debe a nuevas presentaciones financiadas de uso más cómodo que las anteriormente disponibles*

## Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con más aporte al crecimiento es la **clase de Braga-Pañal (+4,4M€)**, gracias a la financiación de esta clase.
- La **segunda clase con mayor aporte al crecimiento es la de analgésicos generales de adultos (+4,3M€)**. Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espididol (1,6M€) y Gelocatil (0,6M€).
- Destaca en cuarto lugar las **dietas especiales**, aportando +0,8M€ al mercado, impulsado por Resource (+0,2M€)

## Clases con mayor decrecimiento este mes



- Los productos típicos del mercado de invierno como los **antigripales / anticatarrales, los productos para la tos productiva y los productos para el cuidado de labios**, son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Conjuntamente, estas tres clases decrecen aproximadamente **-5,4M€**.
- Los **productos de incontinencia** todo en uno siguen aportando significativamente al decrecimiento al verse visto sustituidos por la clase Braga-Pañal, debido a la financiación de esta clase y a su comodidad de uso.

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

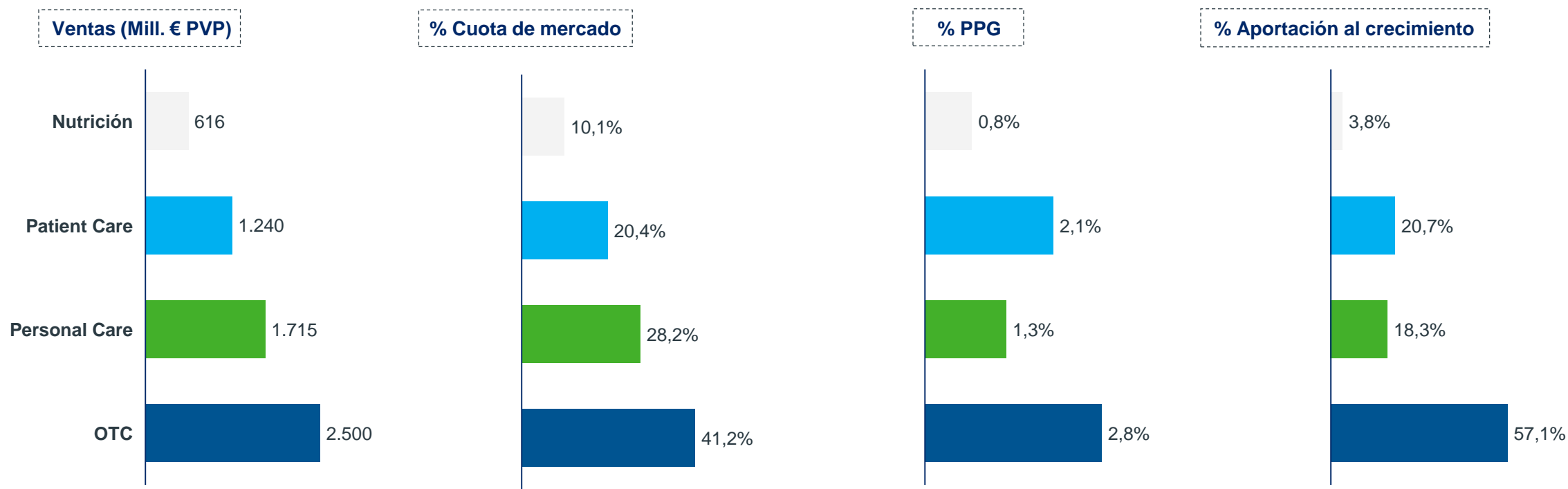
\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# El 57% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición confirma su tendencia positiva del mes anterior y consigue un crecimiento de +0,8%

Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 01/2020)



**Total mercado Consumer Health a MAT/1/20: 6.071 Mill. de € con un PPG del 2,0%**

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

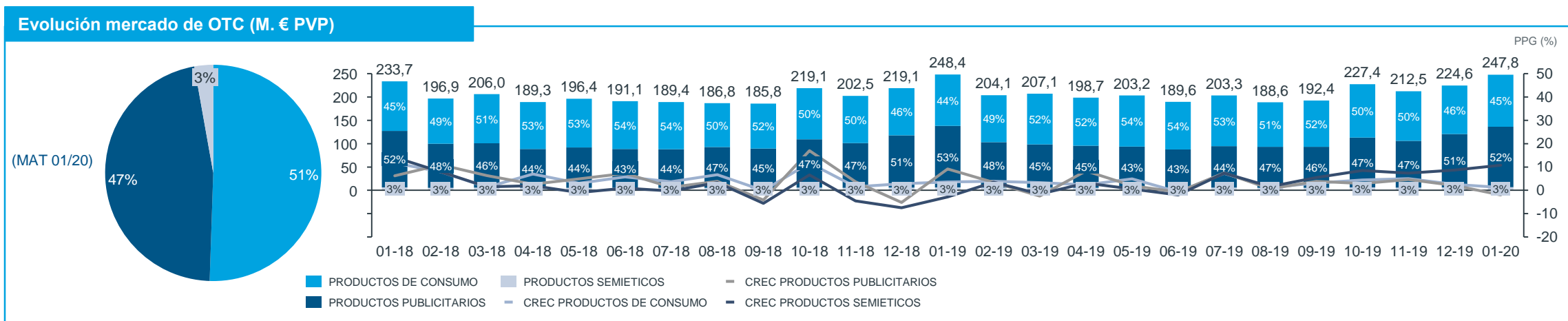
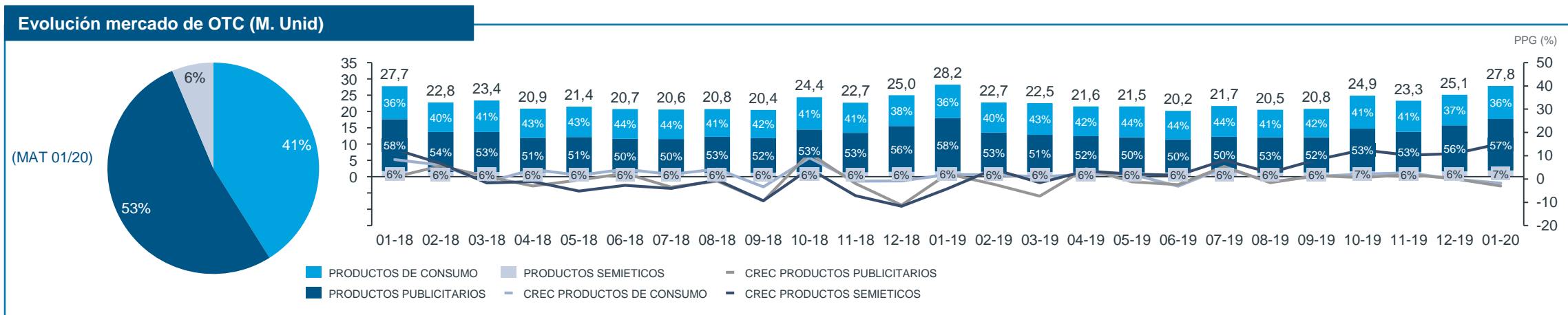
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



# Dentro de OTC, los productos semiéticos son los que presentan un mayor crecimiento en valores (+10,8%) para el mes de enero 2020

Solamente los productos semiéticos muestran una evolución positiva en valores y unidades para el mes de enero 2020



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

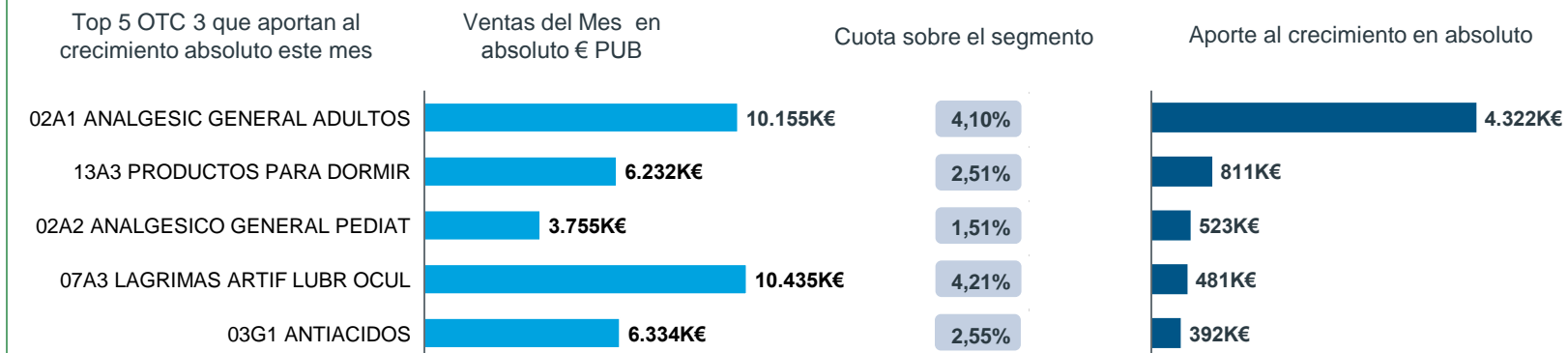
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

\*Previous Period Growth

# Los analgésicos generales para adultos aportan 4,3M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de enero

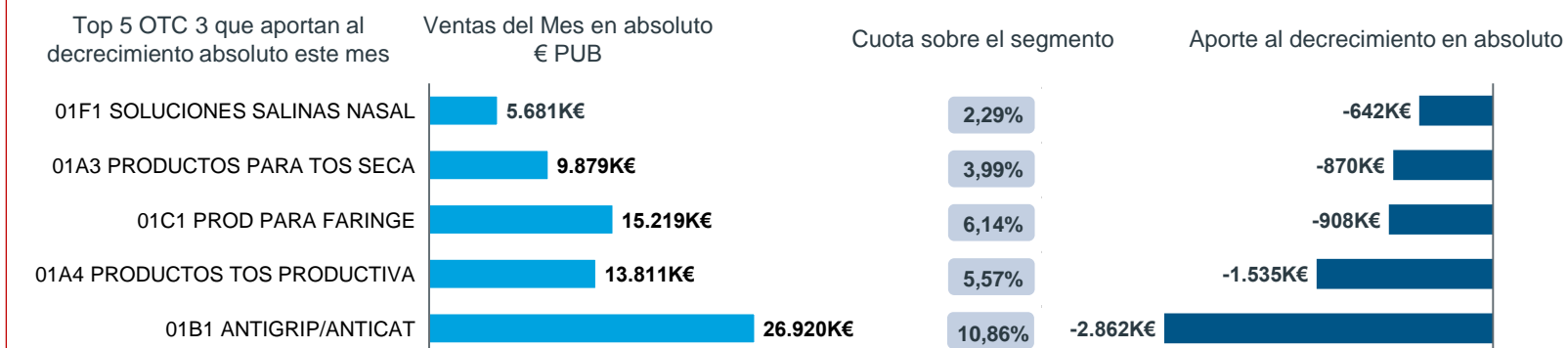
Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -6,8M€

## Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con mayor aporte al crecimiento este mes de enero sigue siendo la de **analgésicos generales para adultos (+4,3M€)**. 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, **4 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 enero es la de **antigripales y anticatarrales (-2,8M€)**. Este mes de enero, ha sido bastante cálido con una temperatura media de 7,7°C, aproximadamente medio grado superior a los valores de referencia para este mes.
- Así, las **top 5 clases que mas aportan al decrecimiento** en el mes de enero son **clases estacionales de invierno**. Entre todas acumulan un aporte al decrecimiento de -6,8M€.

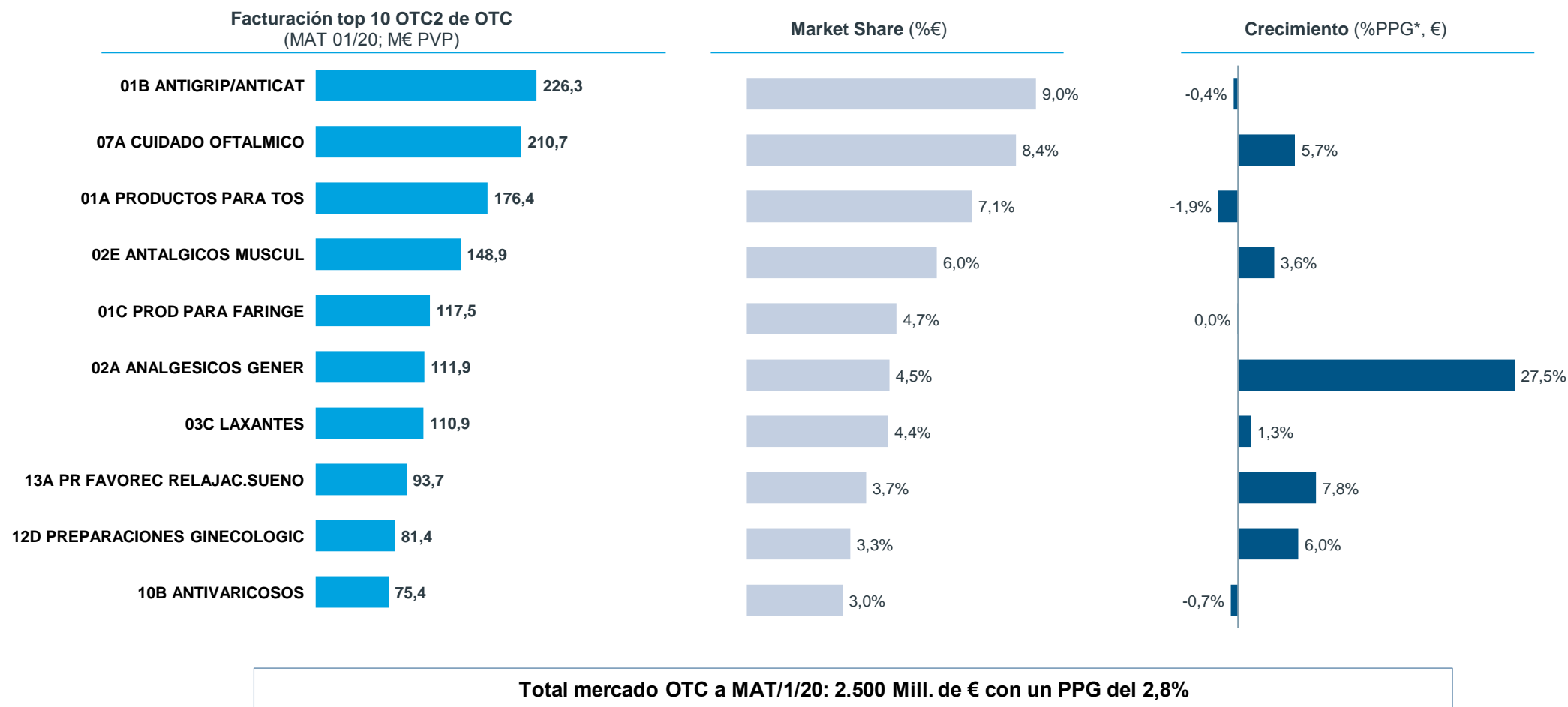
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# En los últimos 12 meses, 6 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores

5 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)

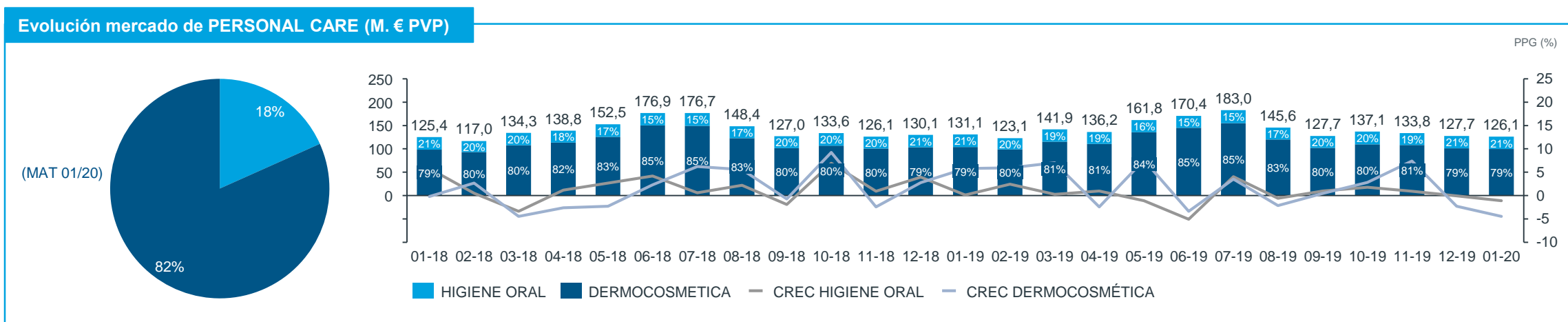
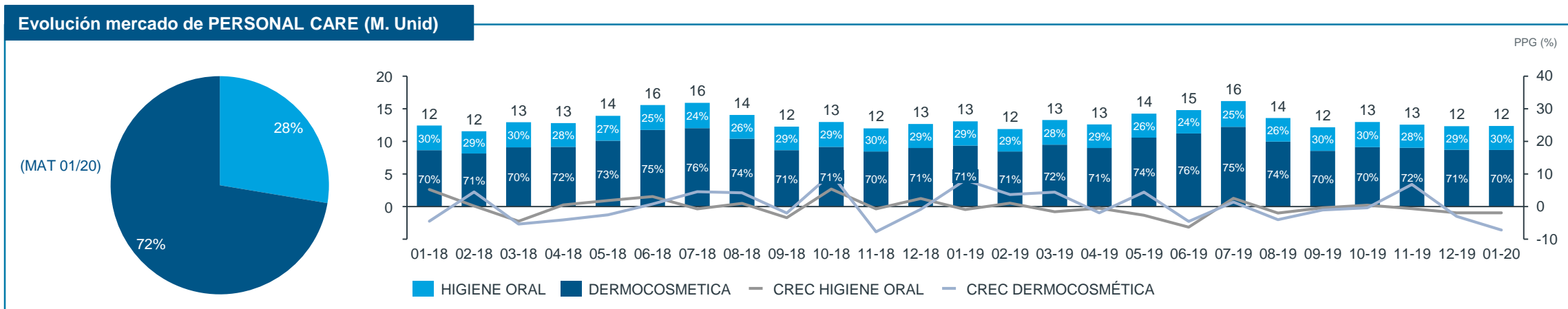
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth

# Cuidado Personal muestra una tendencia negativa tanto en unidades (-5,6%) como para los valores (-3,8%) en el mes de enero

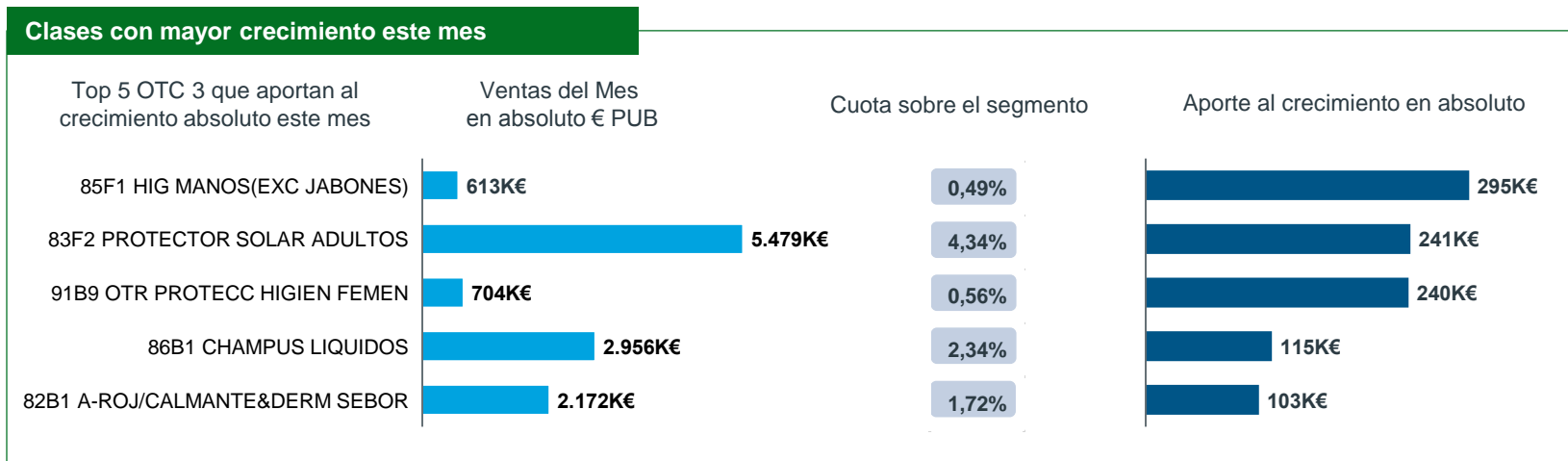
Tanto el segmento de higiene oral como el de dermocosmética muestran decrecimientos en el mes de enero, tanto en unidades como en valores



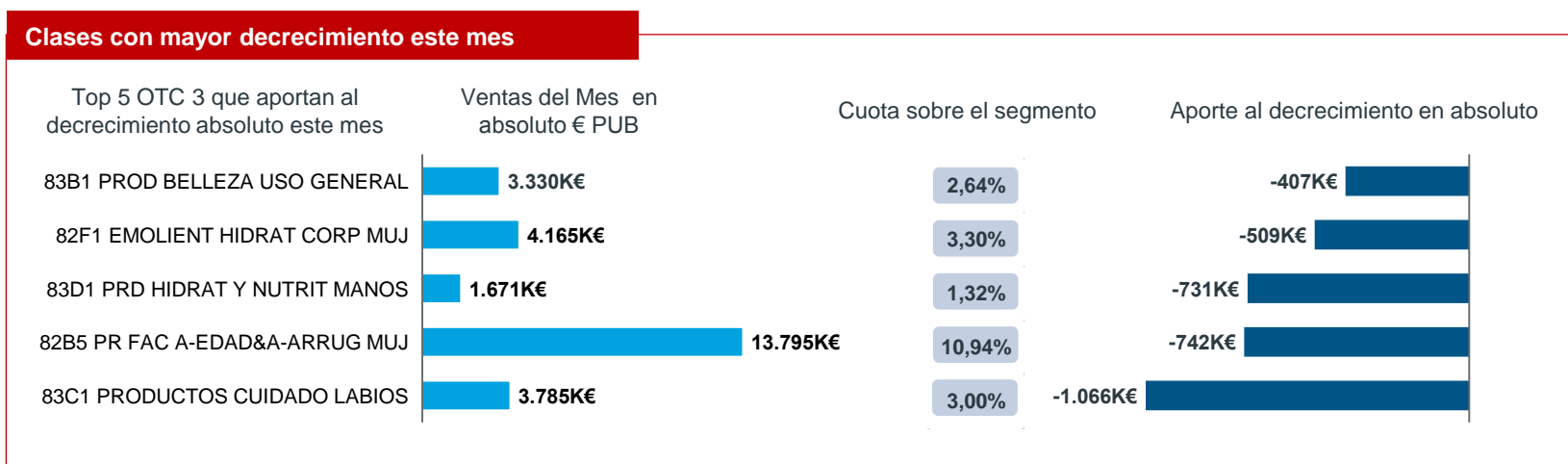
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

# La clase de productos de higiene de manos (excluyendo jabones) aporta 0,3M€ al crecimiento del segmento PEC este mes de enero

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



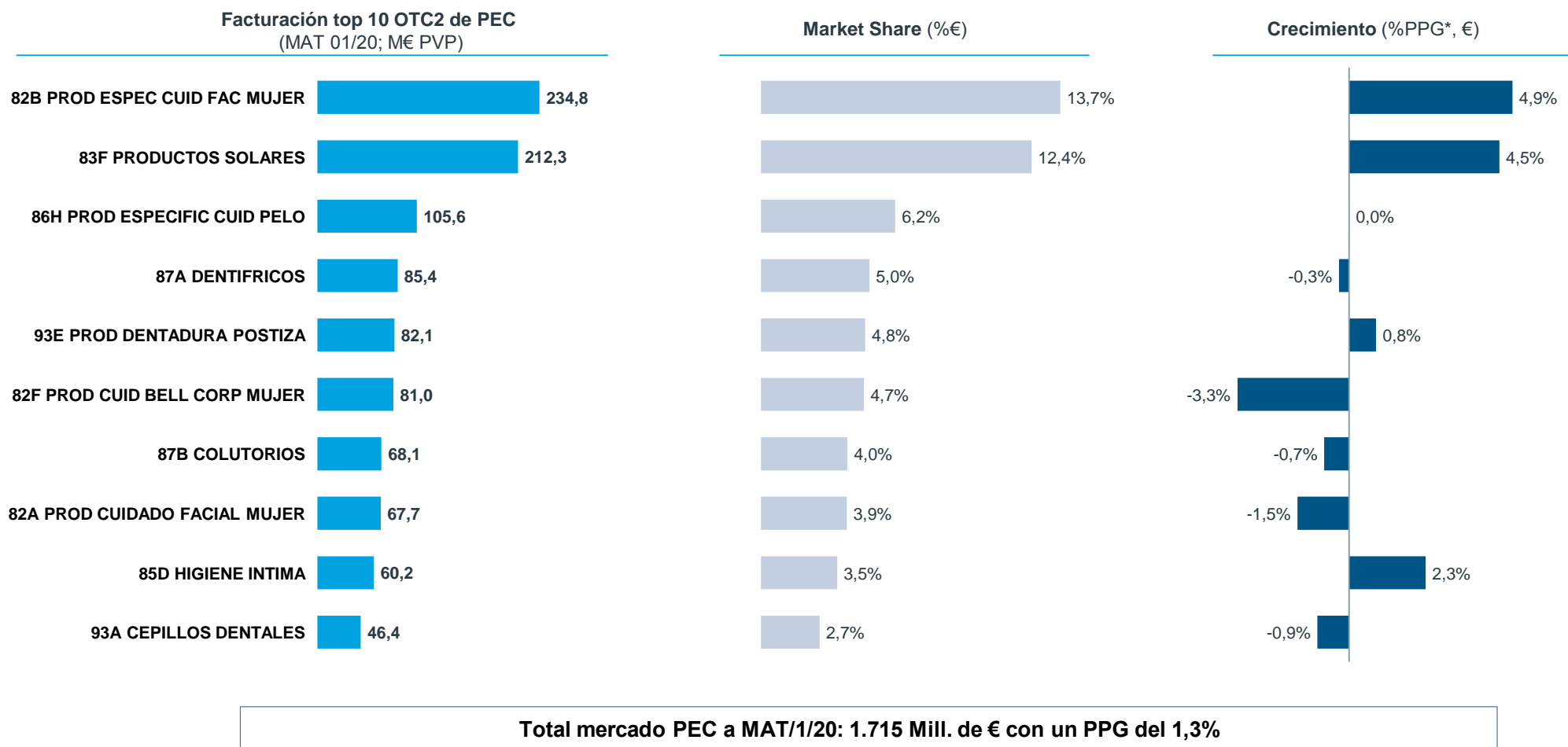
- En el mes de enero, la clase que más aporta al crecimiento **higiene de manos (excl. jabones)**, que aunque tiene poco peso en el segmento, aporta 295K€ al crecimiento de PEC, destaca en esta clase el fabricante Hartmann con un aporte de 135K€.
- La segunda clase que más aporta al crecimiento es la de **protectores solares**, conducido por **4 de los top 5** empresas líderes en este mercado.
- La copa menstrual de **ENNA** sigue conduciendo el crecimiento de la clase 91B9.



- De las clases que **evolucionan negativamente** frenando más el crecimiento, encontramos los productos de **cuidado de labios**, que aporta al decrecimiento -1,1M€. En esta clase, los top 5 players muestran tendencias negativas.
- La segunda clase que más decrece en absoluto este mes de enero es la clase de **cuidado facial antiedad/antiarrugas mujer**. De la misma forma que en cuidado de labios, y tal y como ocurría en diciembre, el decrecimiento es generalizado y va asociado a la estacionalidad de estas clases.

# En los 12 últimos meses, 4 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*



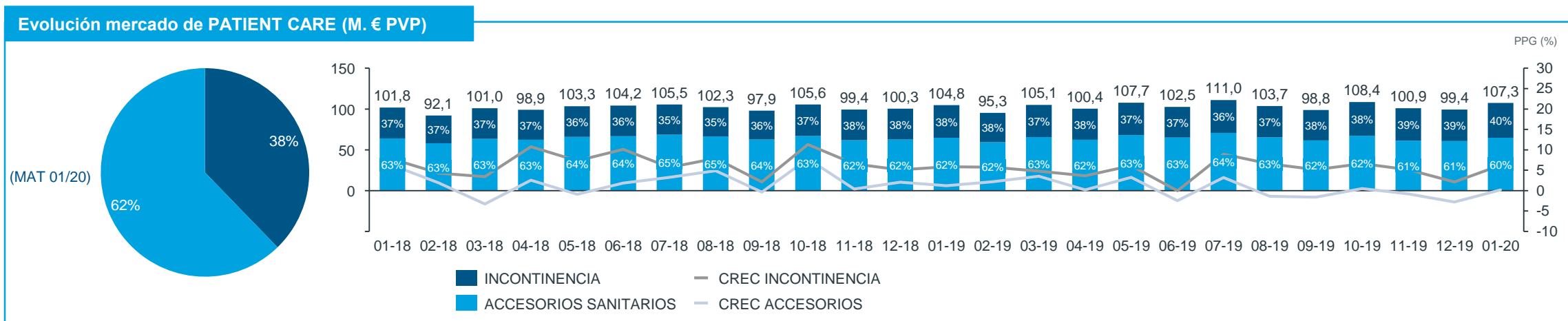
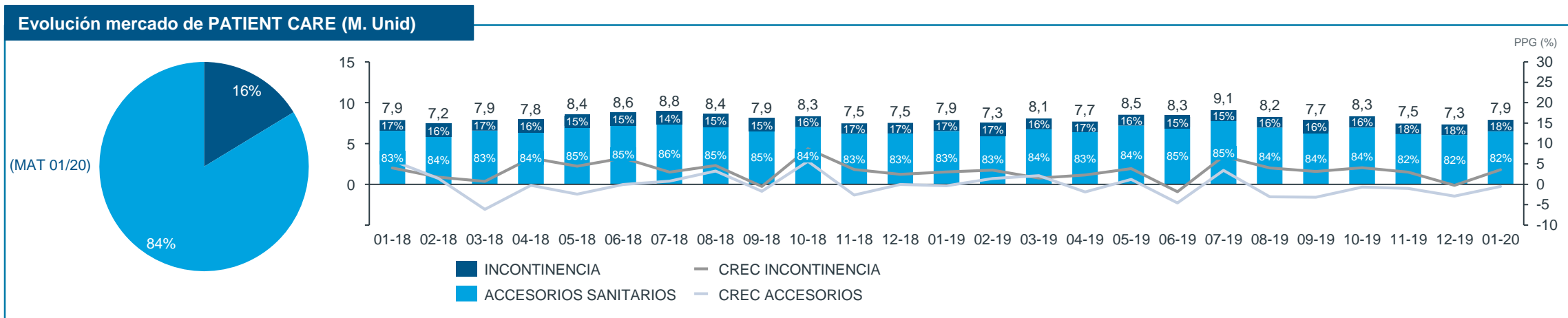
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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 enero, 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 1M€

## Clases con mayor crecimiento este mes

Top 5 OTC 3 que aportan al crecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al crecimiento en absoluto
52B5 PROD INCONT BRAGA PANAL	18.231K€	16,98%	4.389K€
79A1 OTR PROD CUIDADO PACIENTE	1.364K€	1,27%	572K€
57E9 OTR APARATOS QUIRURGICOS	499K€	0,46%	319K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	3.422K€	3,19%	305K€
53A2 CATETERES USO INTERMITENT	2.324K€	2,16%	183K€

- En enero, y siguiendo la misma tendencia que los últimos meses, la clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de **Braga Pañal**, creciendo **4,4M€, un 22% más que el mes anterior**. Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Indas, Hartman, Bimedica, Essity y Ontex ID). 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

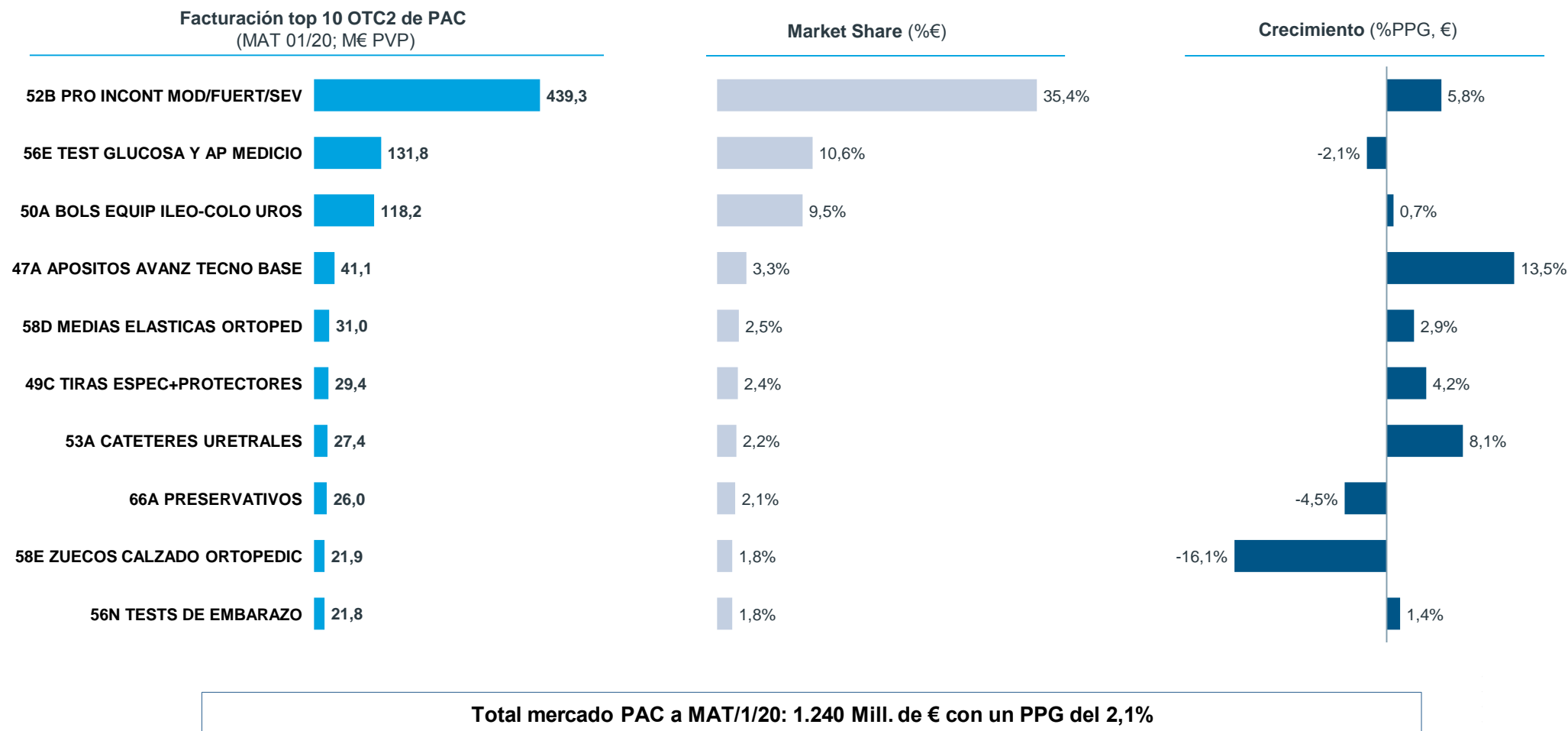
Top 5 OTC 3 que aportan al decrecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al decrecimiento en absoluto
58E9 OTR ACCESOR CORRECT PIES	1.303K€	1,21%	-189K€
50A4 BOLSAS/PAQUET COLOSTOMIA	4.813K€	4,48%	-201K€
56E2 TESTS DE GLUCOSA EN SANGR	10.733K€	10,00%	-381K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	6.017K€	5,61%	-691K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	14.069K€	13,11%	-967K€

- Decrecen 1M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, 4 de los Top 5 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** con -0.7M€ 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 (35,4%) 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*



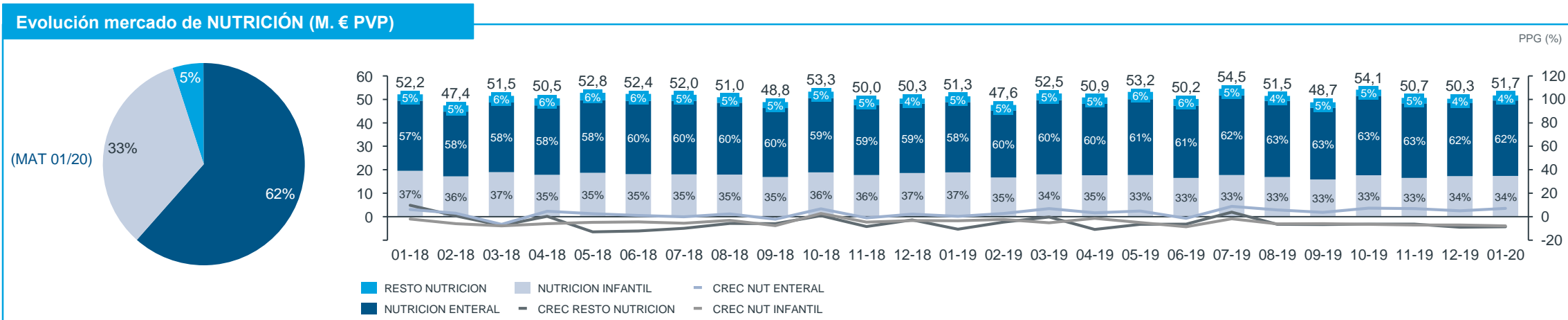
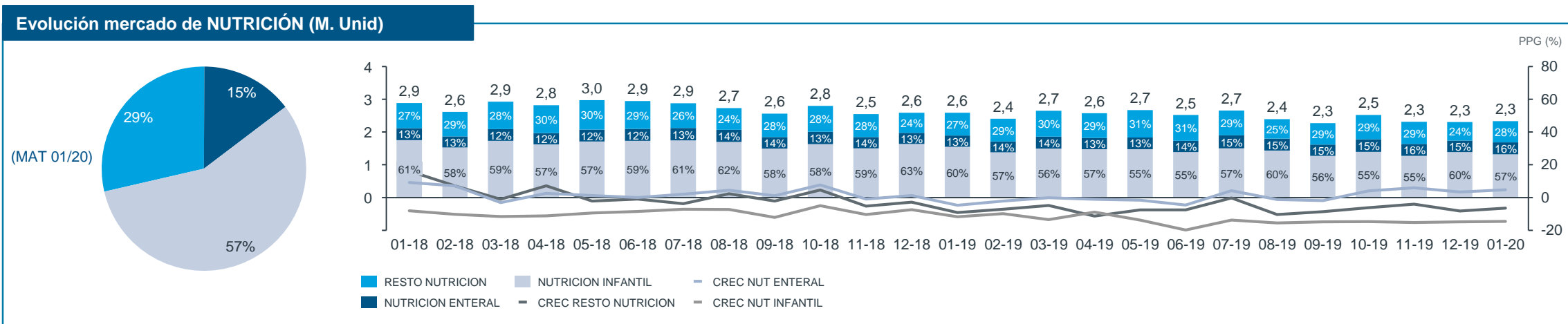
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

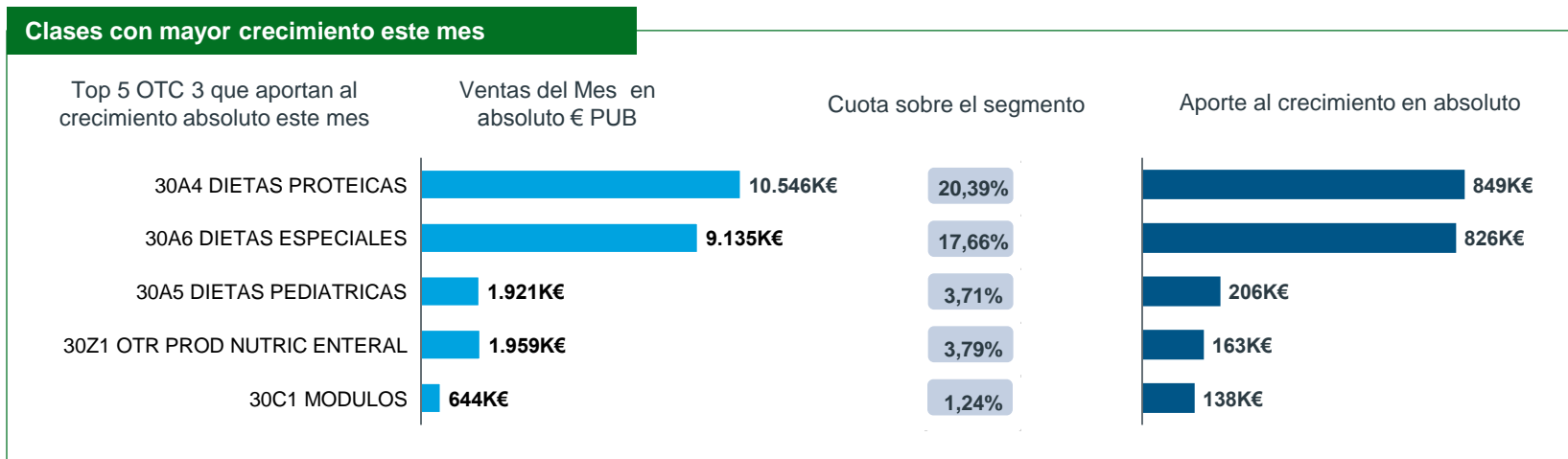
*Siguiendo la misma tendencia que en el acumulado, en enero 2020 nutrición enteral crece un +7,2% mientras que nutrición infantil y resto nutrición decrecen un -7,9% y un -8,4% en valores respectivamente*



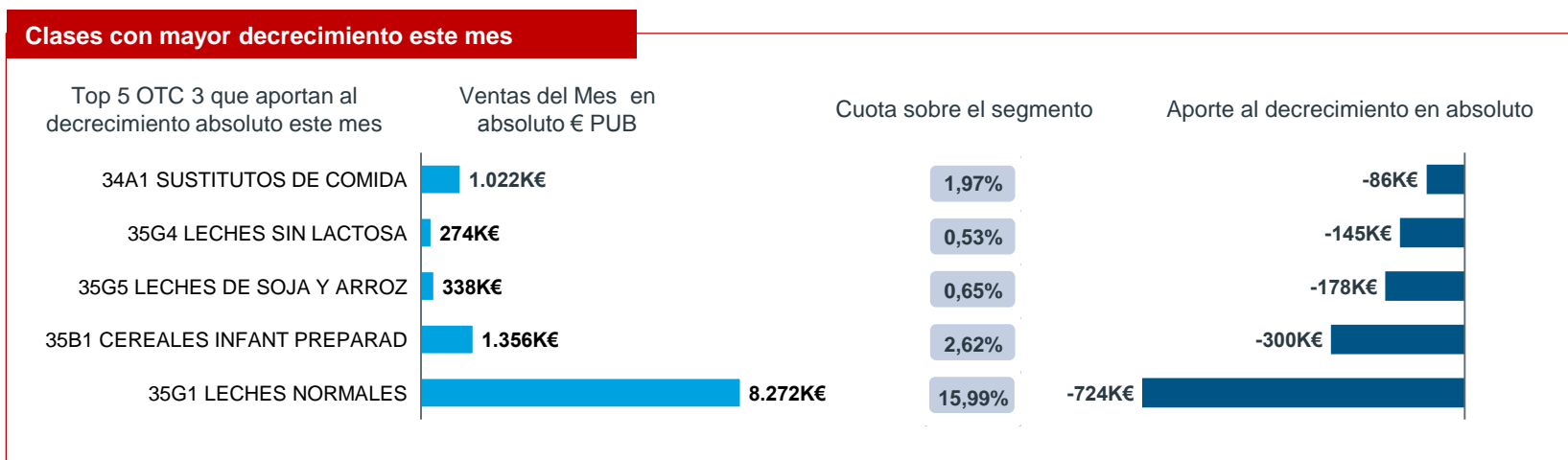
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

# En enero, 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*



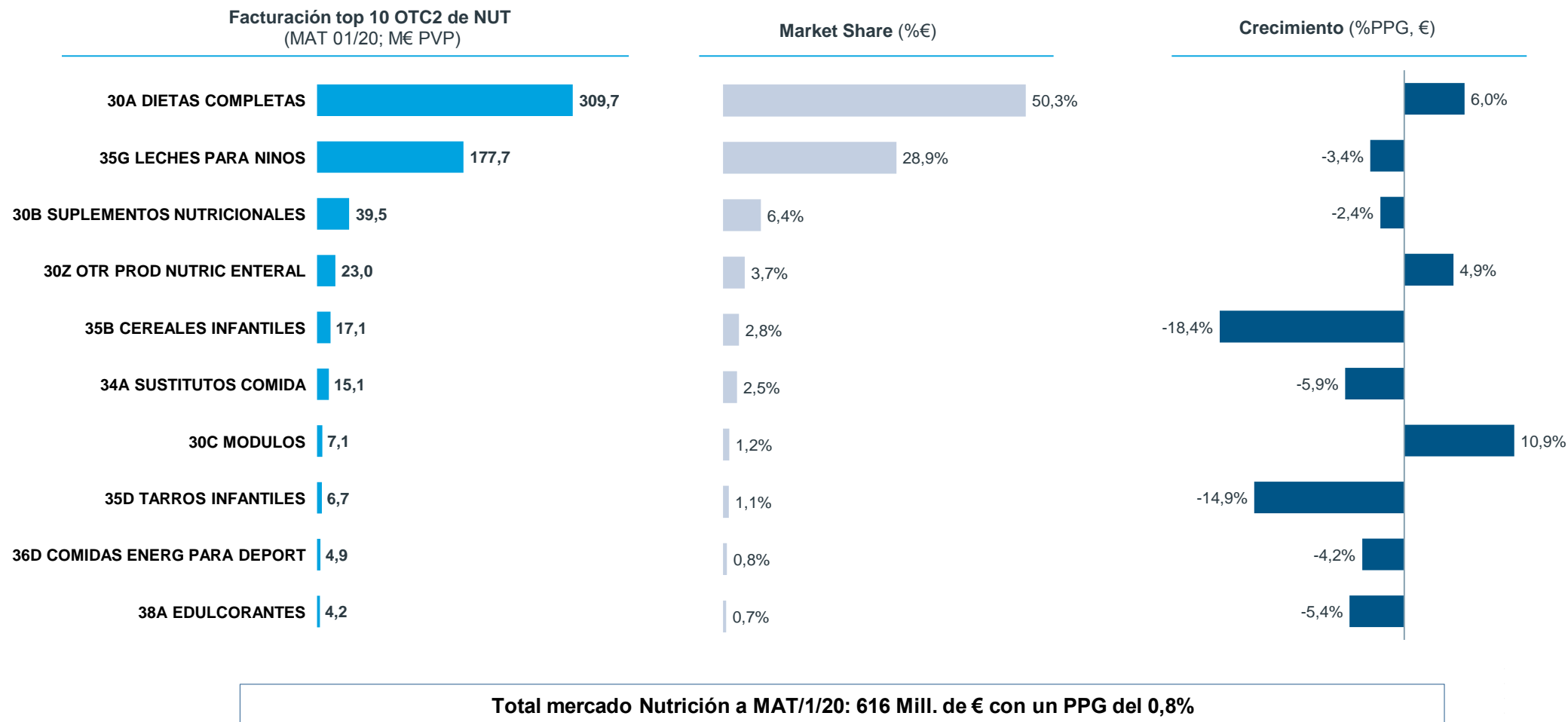
- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~1,6M€** en el mes de enero. Tanto en dietas proteicas como en dietas especiales observamos un crecimiento de 4 de los 5 líderes en el mercado.
- Las clases de **dietas pediátricas y otros productos de nutrición enteral** adelantan a la clase de módulos en enero respecto al mes de diciembre. Juntos aportan alrededor de 500K€ al crecimiento.



- **Leches normales** es la clase que más aporta al decrecimiento del segmento NUT en el mes de enero. 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 revierte su tendencia negativa, siendo la categoría de módulos la que más crece (+10,6%, +0,7M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (50,3%) y un crecimiento 6,0%



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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth



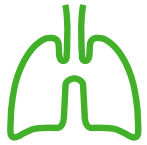
# Índice

- + 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

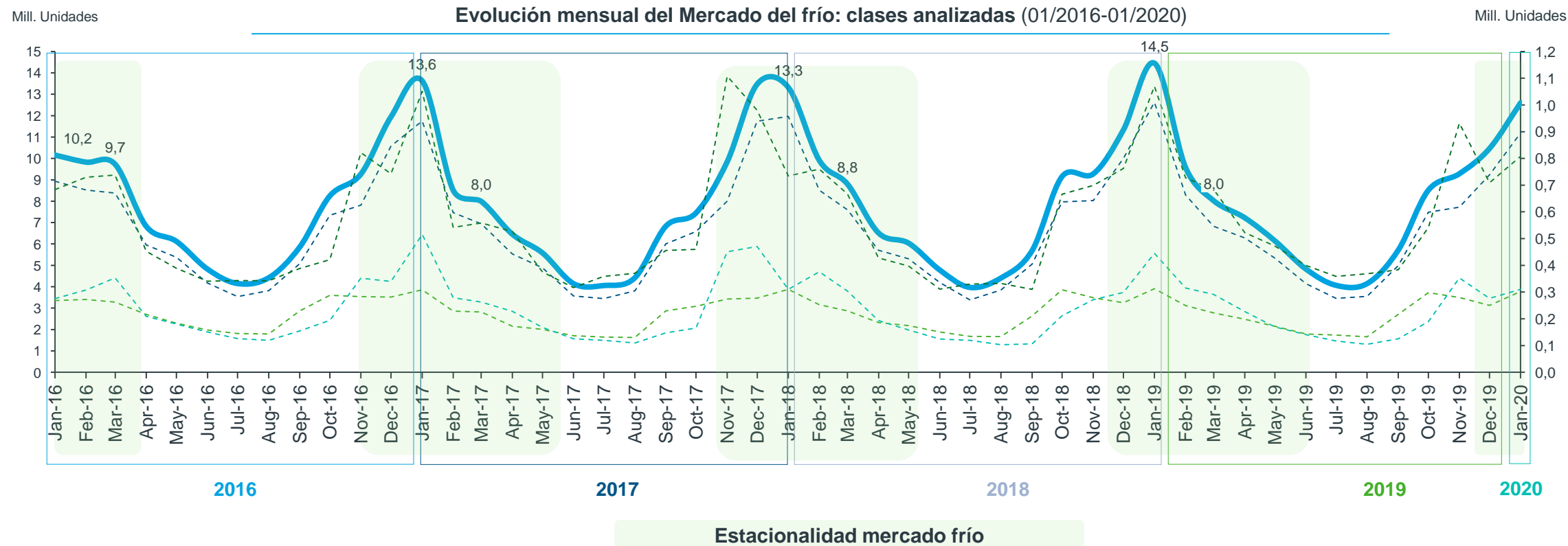


# El mercado del frío se mantiene en unidades en enero 2020 respecto a enero del año anterior

Según la AEMET el comportamiento meteorológico que ha sufrido este enero vs enero del año anterior ha sido similar y en niveles normales en temperaturas, pese a que este ha sido más lluvioso

La AEMet\*\* define este mes de enero como un mes bastante cálido en la mayor parte de la España peninsular.

“Ha sido un mes de enero con la temperatura media de 7,7°C valor que queda 0,5°C por encima de la media de este mes. Se ha tratado del vigesimoprimer enero más cálido desde 1965 y del noveno más cálido desde el comienzo del siglo XXI. Enero ha sido en su conjunto húmedo, con una precipitación media sobre España de 71 mm, valor que supera en un 11 % al valor normal que es de 64 mm.”



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

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

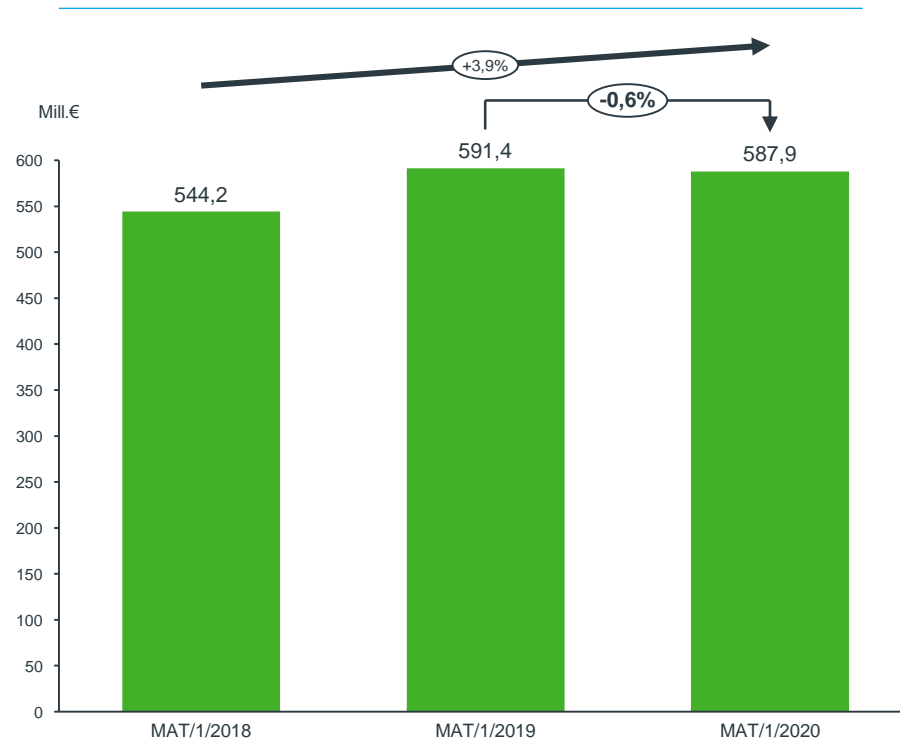
\*\*<https://aemetblog.es/2019/11/05/avance-climatico-nacional-del-mes-de-octubre-de-2019/>

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

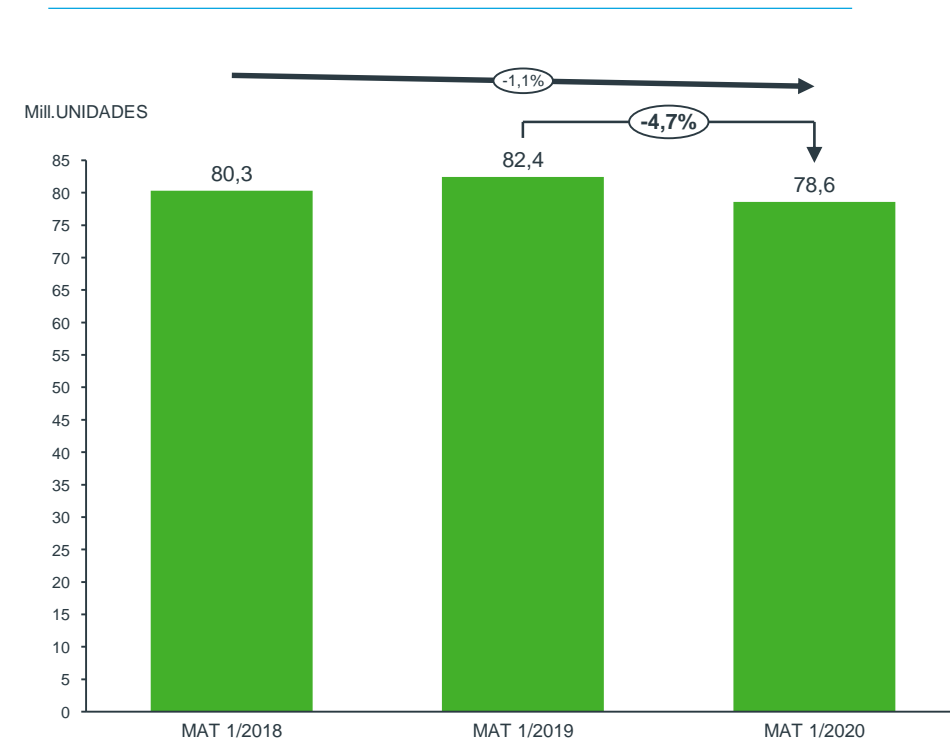
# En los últimos 3 años, las ventas de los productos incluidos en la categoría de respiratorio han crecido en un +3,9% en valores

*Sin embargo, para los últimos 12 meses, el mercado respiratorio decrece tanto en valores como en unidades*

Evolución categoría aparato respiratorio  
(Mill. € PVP, MAT 01/2020)



Evolución categoría aparato respiratorio  
(Mill. UDS, MAT 01/2020)



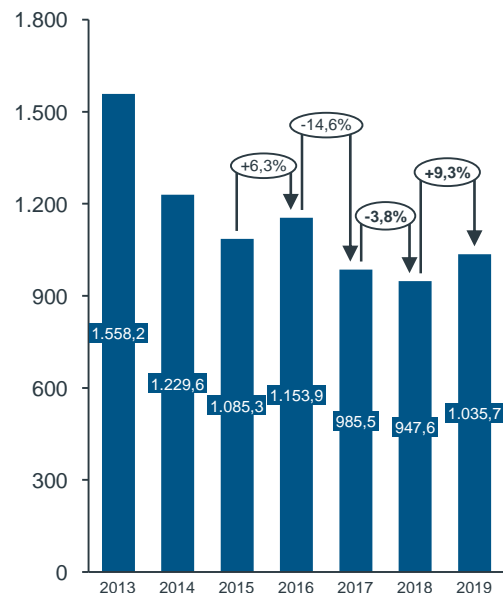
■ TOTAL RESPIRATORIO



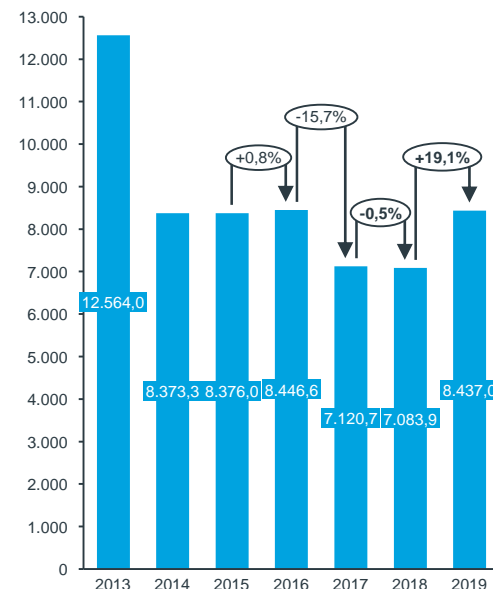
# En 2019 se han lanzado 204 referencias nuevas que acumulan unas ventas de 8,4 M€

*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.*

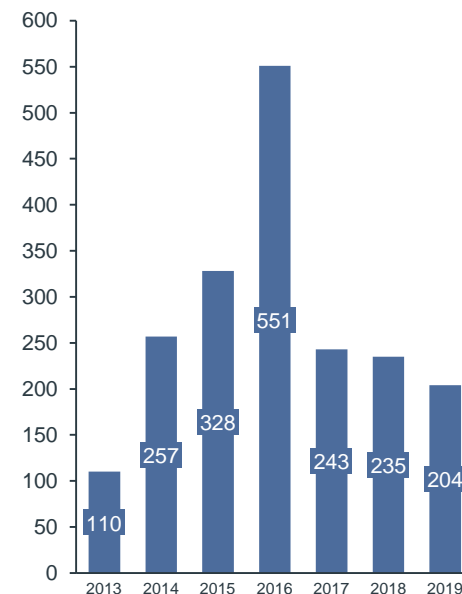
**Ventas lanzamientos  
Mercado del Frío\***  
(Miles Uds)



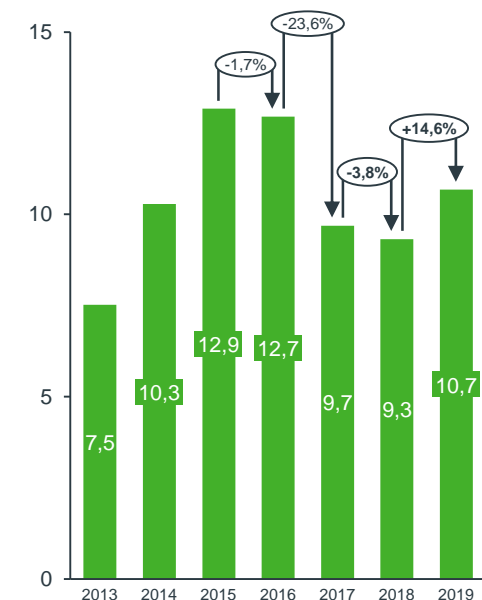
**Ventas lanzamientos  
Mercado del Frío\***  
(Miles €)



**# 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 enero 2020*

Febrero 2020