

Evolución del Mercado de la farmacia Española

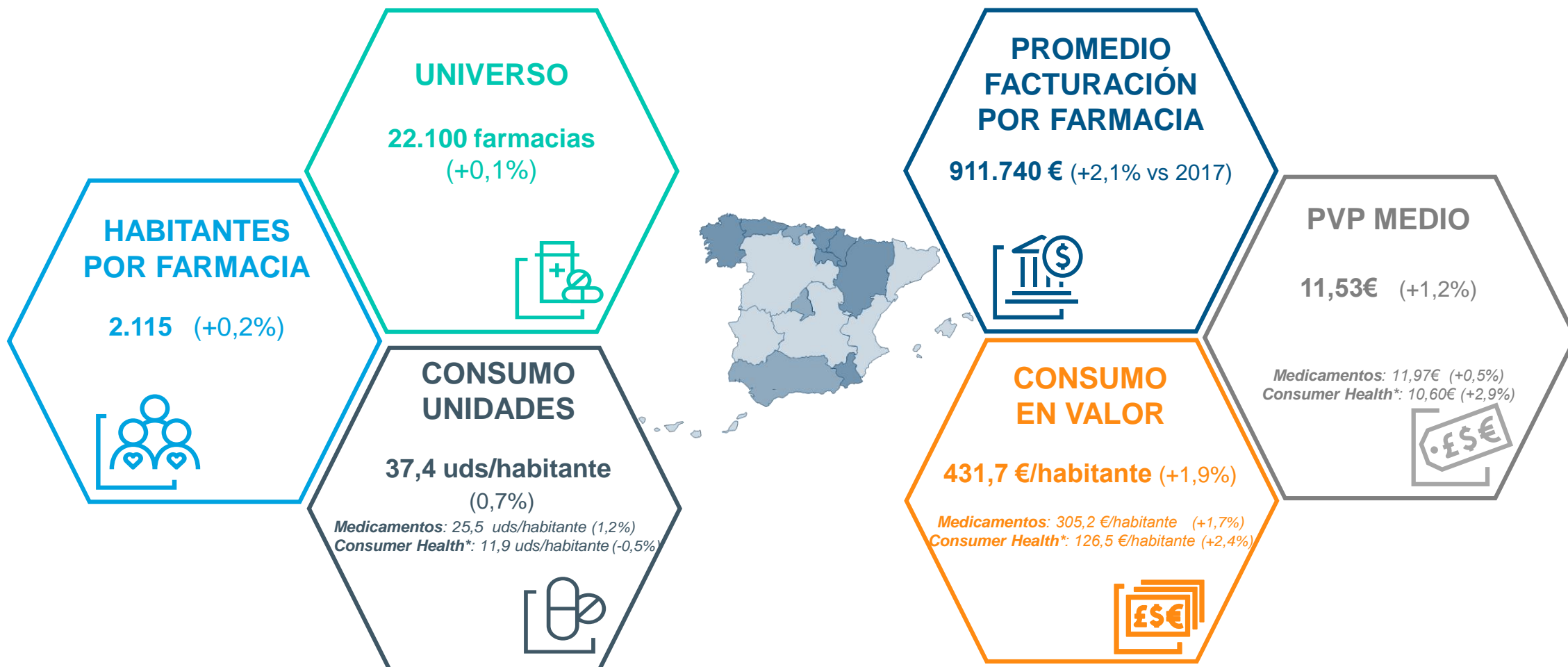
Actualización datos de septiembre 2019

Octubre 2019

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
 - + Subastas Andalucía

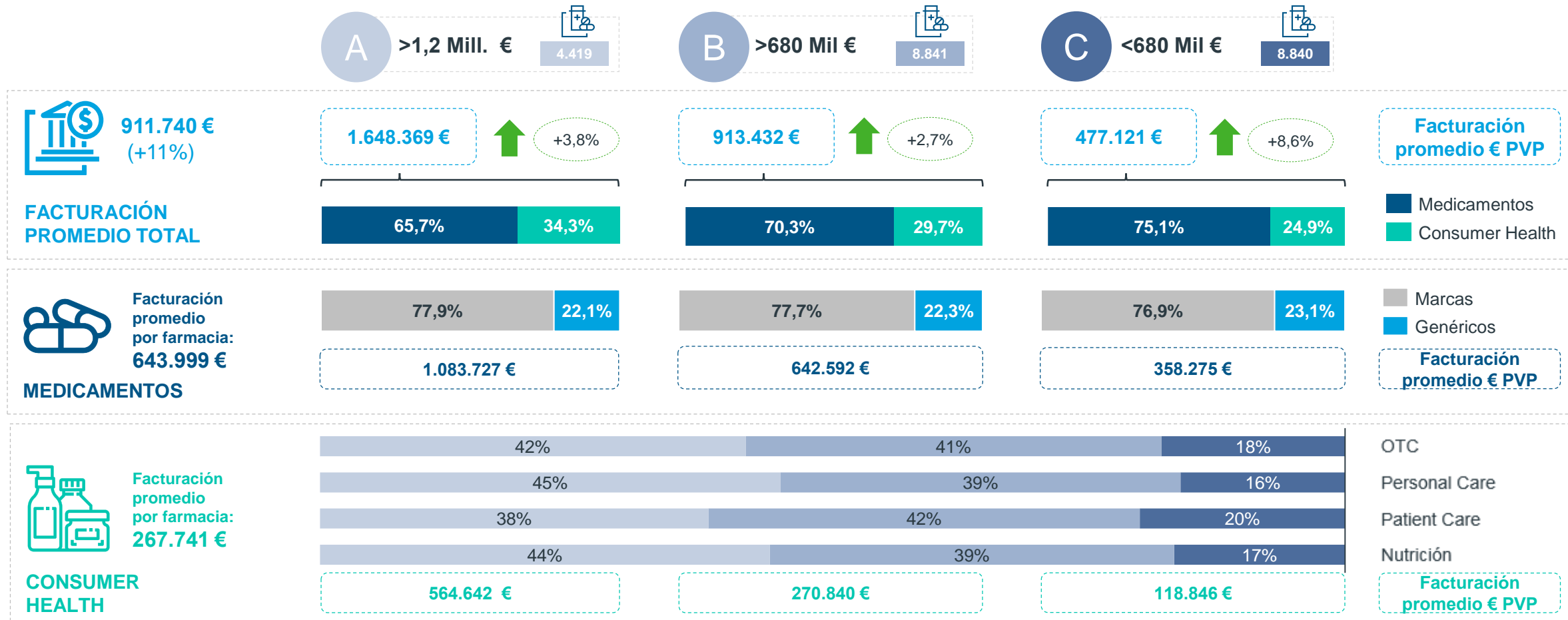
España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

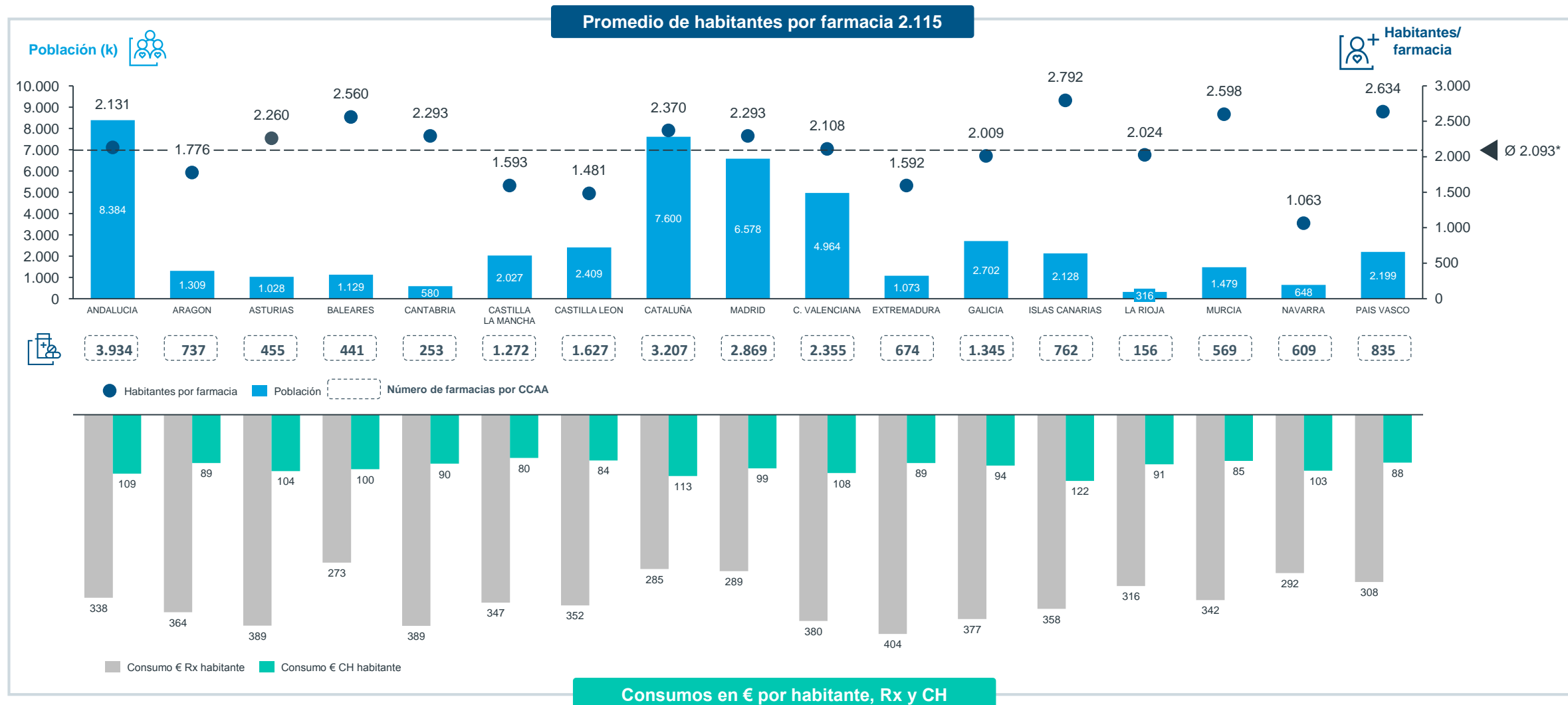
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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)
 *Semietícos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 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)



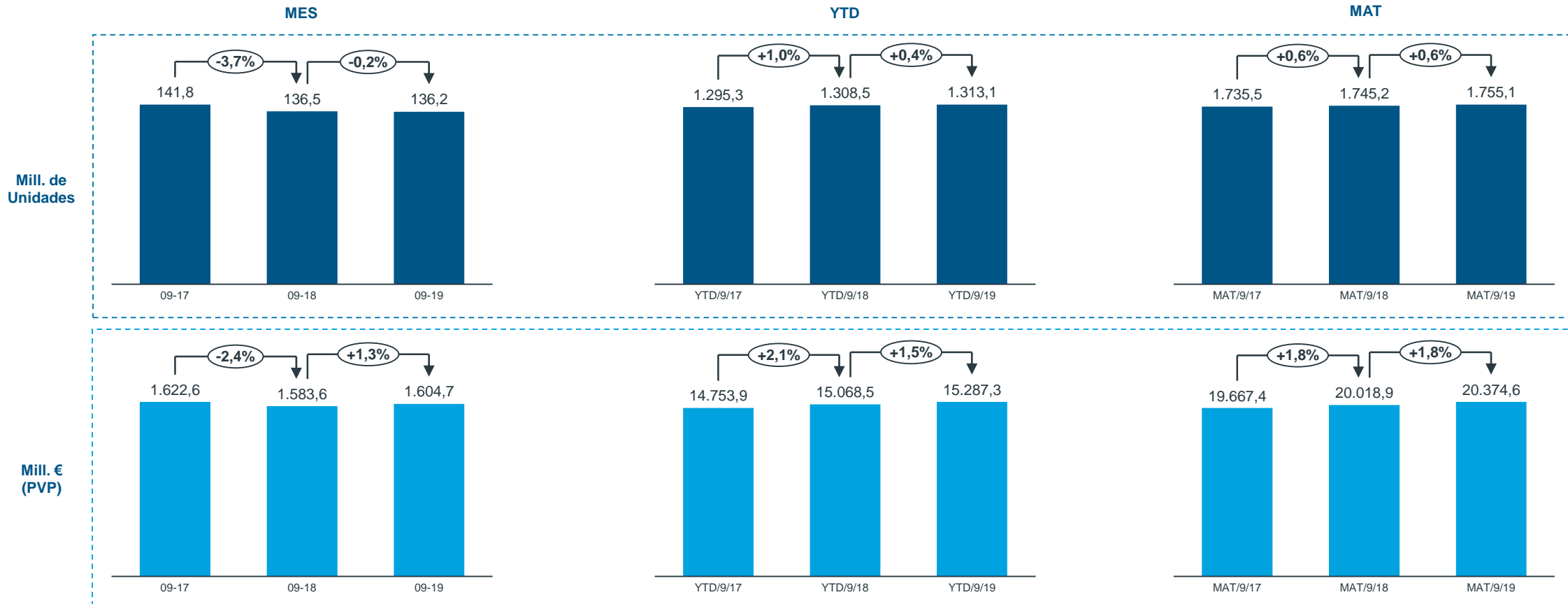
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
 *El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

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
 - + Subastas Andalucía

El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +1,8% en valores y del +0,6% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

Total mercado farmacéutico

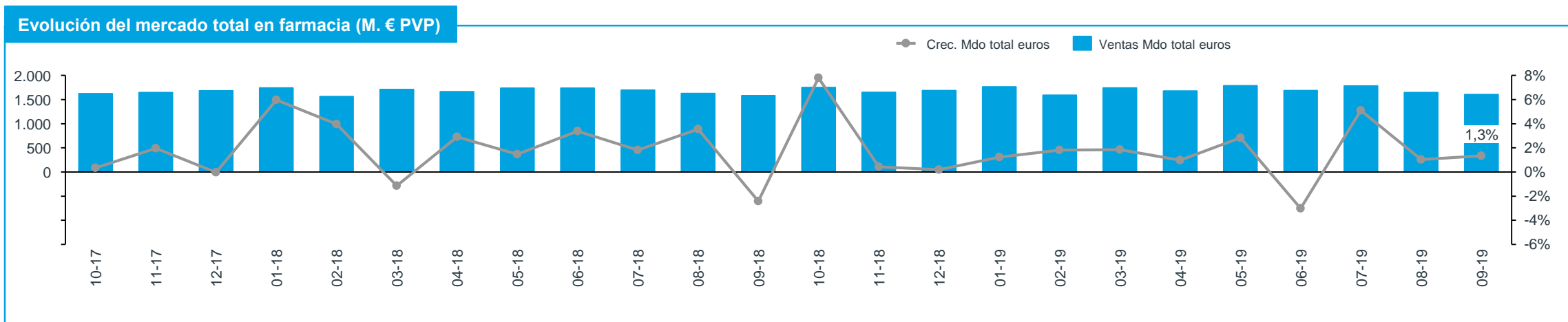
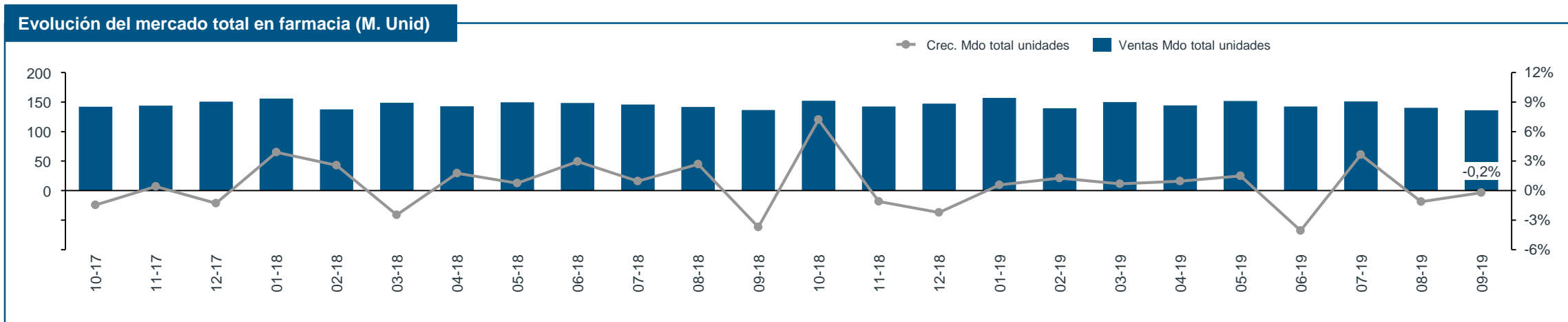


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

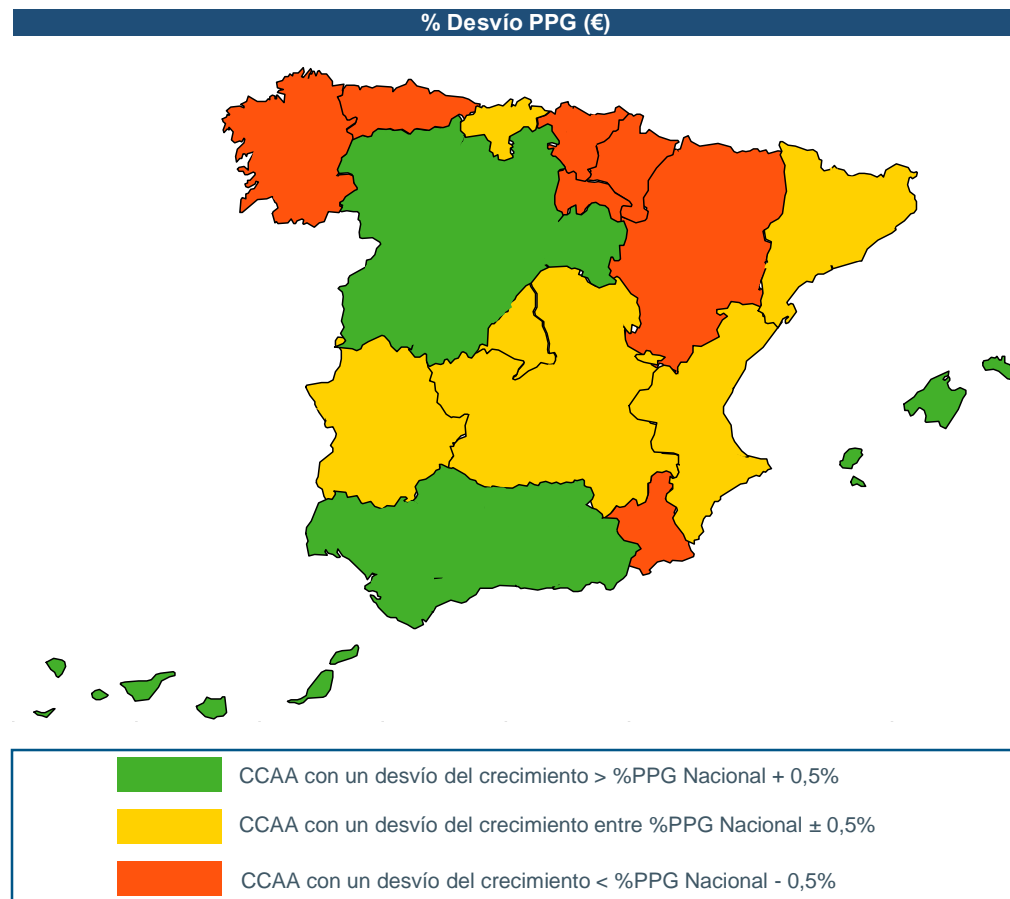
En septiembre, el mercado decrece en unidades (-0,2%) aunque presenta un crecimiento del +1,3% en valores



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 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/9/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
ISLAS CANARIAS	3,6%	10,2%
BALEARES	3,2%	3,8%
ANDALUCIA	2,6%	27,1%
CASTILLA LEON	2,5%	7,3%
CASTILLA LA MANCHA	2,2%	5,3%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,1%	14,0%
MADRID	1,8%	12,8%
CANTABRIA	1,6%	1,3%
CATALUÑA	1,6%	13,3%
EXTREMADURA	1,4%	2,1%
MURCIA	1,1%	1,9%
ARAGON	0,7%	1,1%
ASTURIAS	0,5%	0,7%
GALICIA	0,5%	1,8%
PAIS VASCO	-0,7%	-1,7%
NAVARRA	-0,9%	-0,6%
LA RIOJA	-1,3%	-0,5%
TOTAL NACIONAL	1,8%	100%

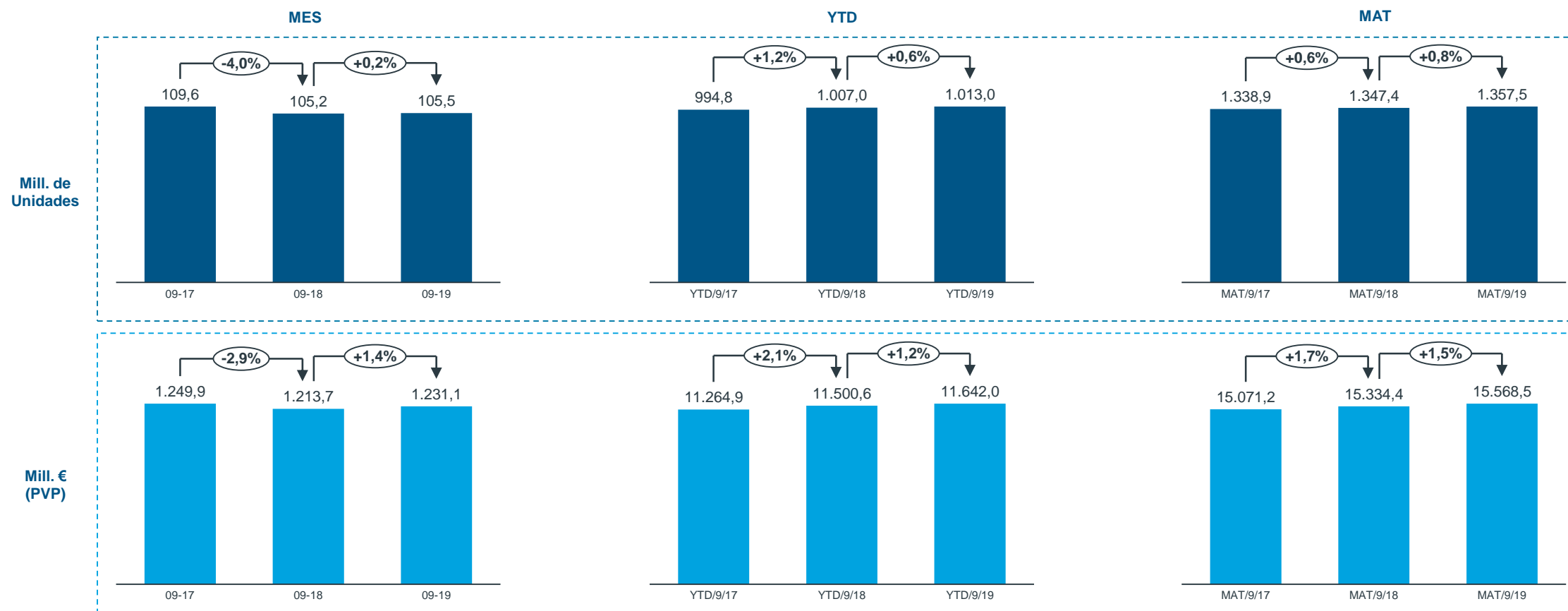
Índice

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

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

Los periodos acumulados muestran crecimientos más ralentizados que el año pasado, a excepción del MAT en unidades que muestra un mejor evolutivo este año

Mercado de Medicamentos



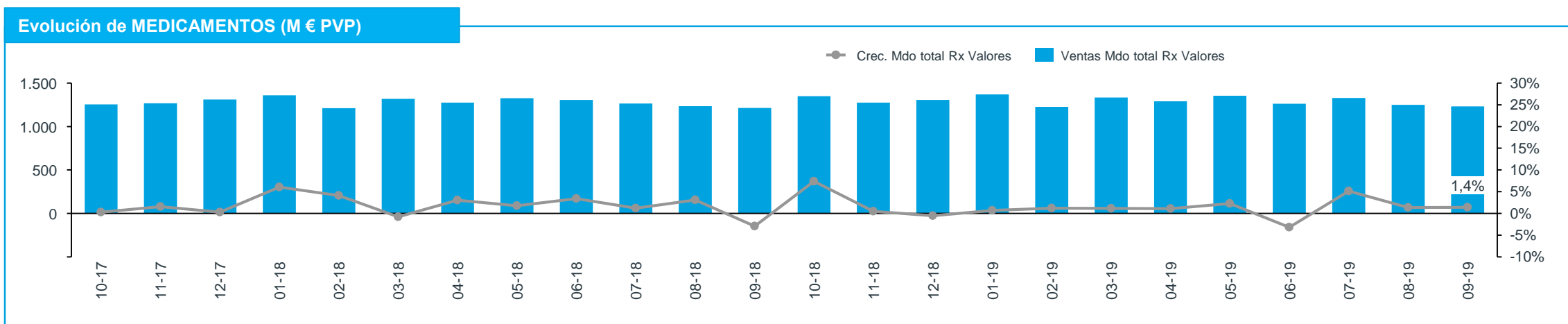
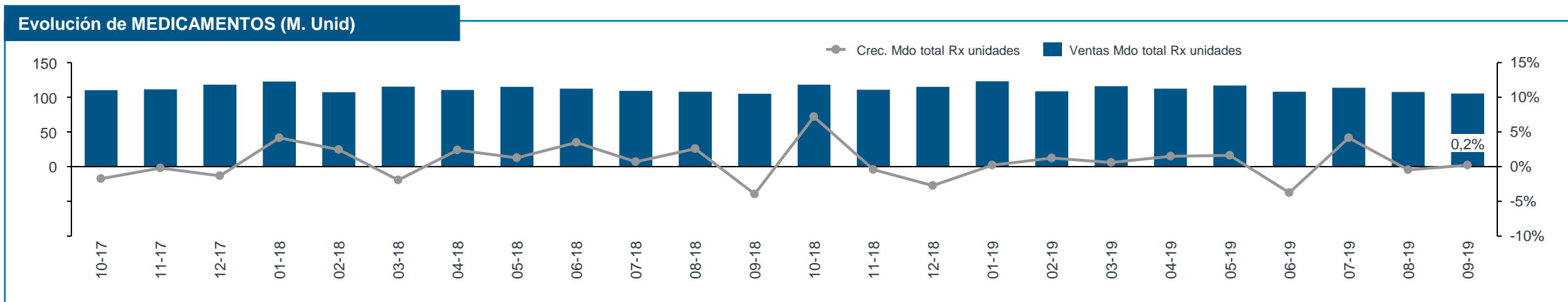
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

En el mes de septiembre el mercado crece tanto en valores (+1,4%) como en unidades (+0,2%) vs el mismo periodo del año anterior

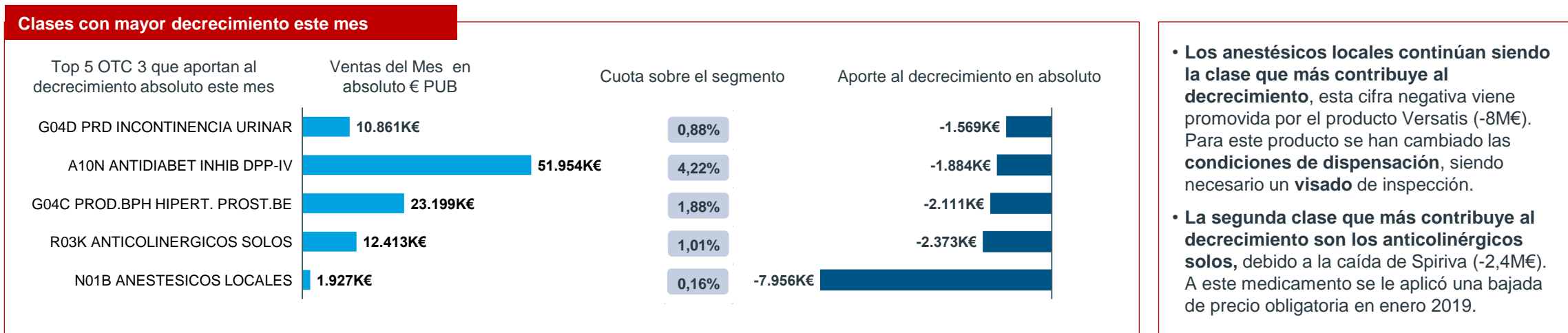
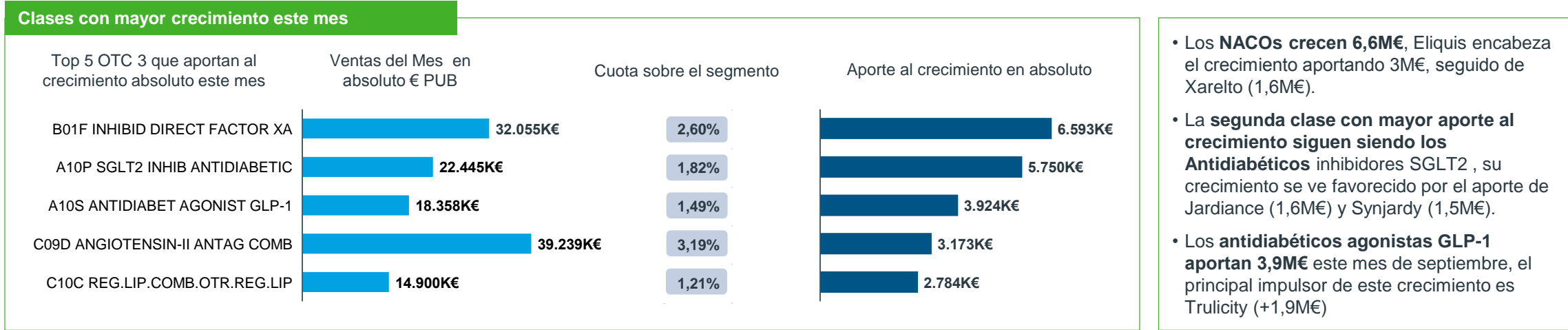
Septiembre 2018 mostraba crecimientos negativos



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

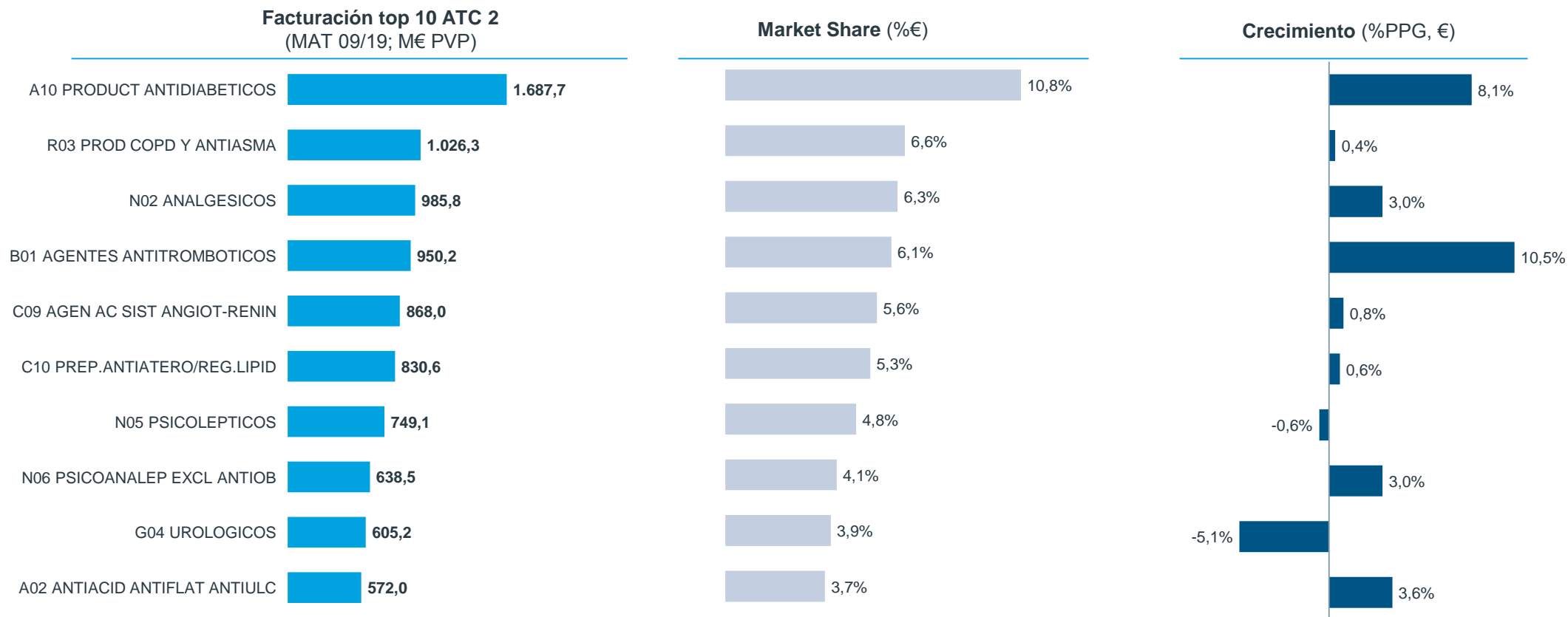
Los NACOs de tipo ‘xaban’ (clase B01F) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de septiembre, creciendo 6,6M€

La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la de anestésicos locales



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) (10,4%) y la de Vitaminas (A11) (12,5%)

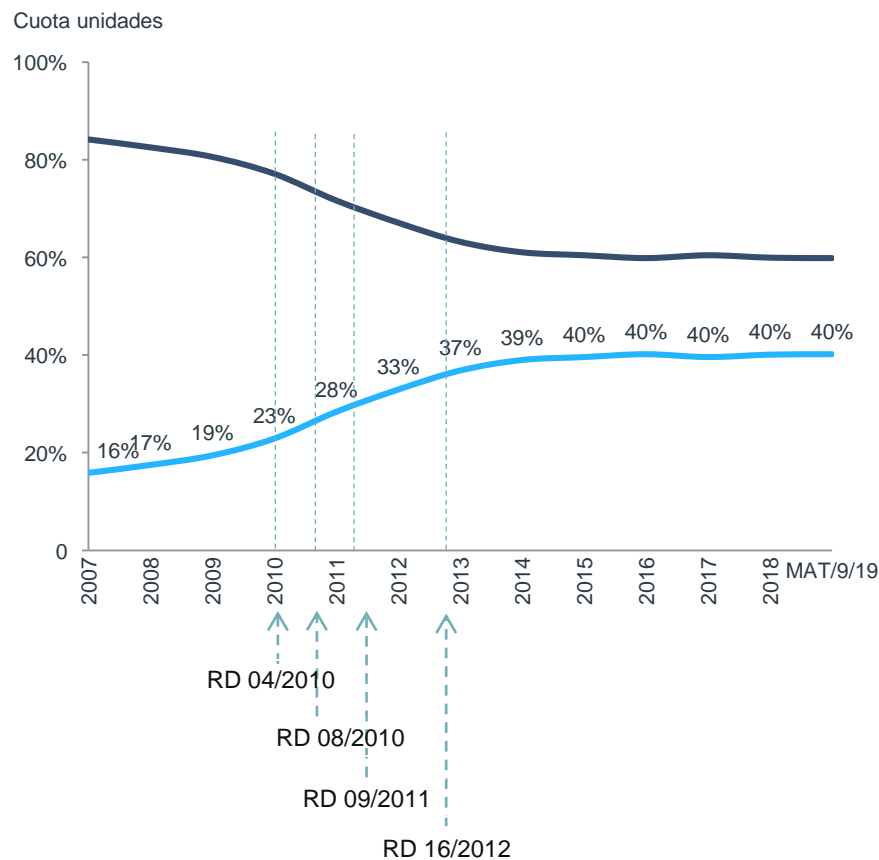


Total mercado de Medicamentos a MAT/9/19: 15.568 Mill. de € con un PPG del 1,5%

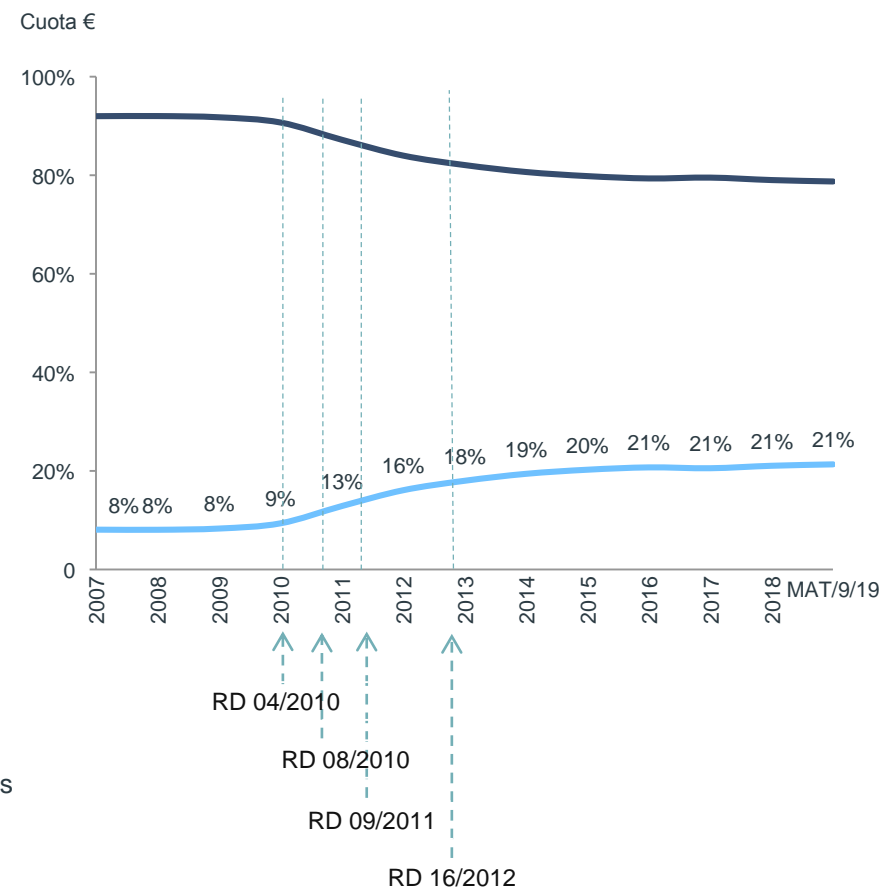
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

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)



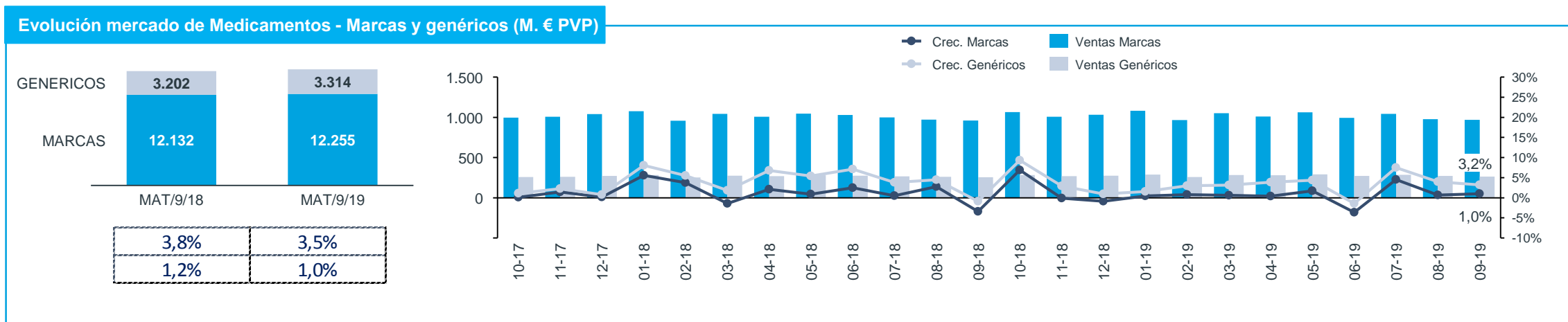
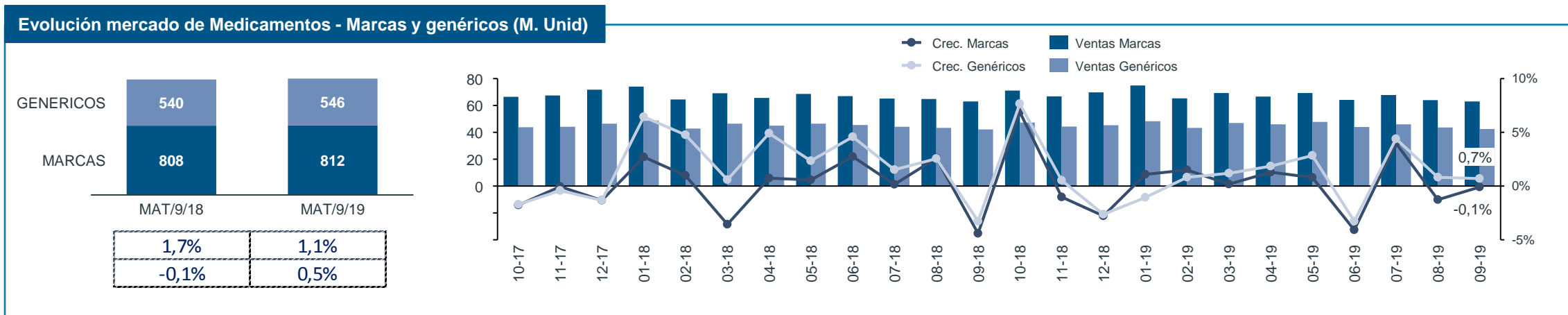
Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

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

Este mes de septiembre, las marcas muestran crecimientos negativos en unidades mientras que se mantienen estables en valor

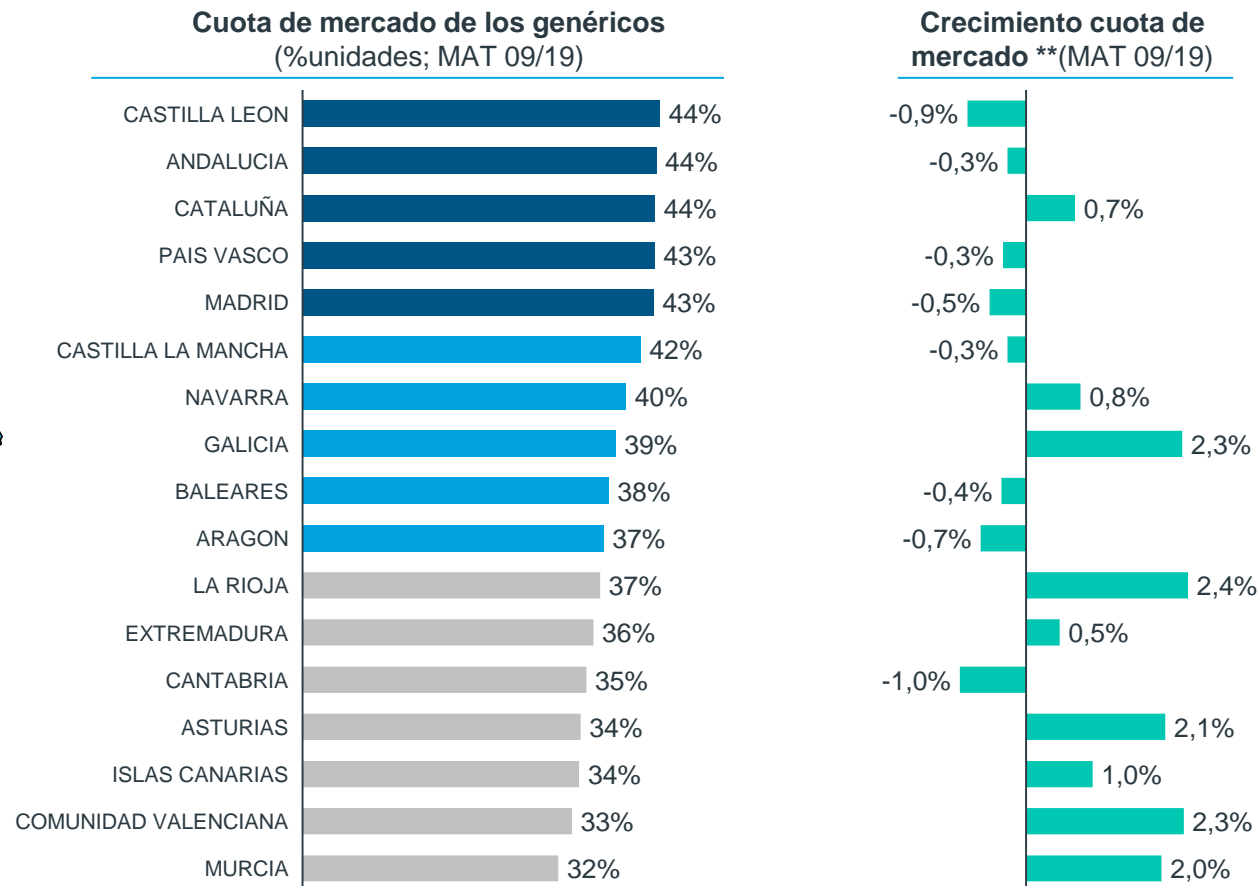
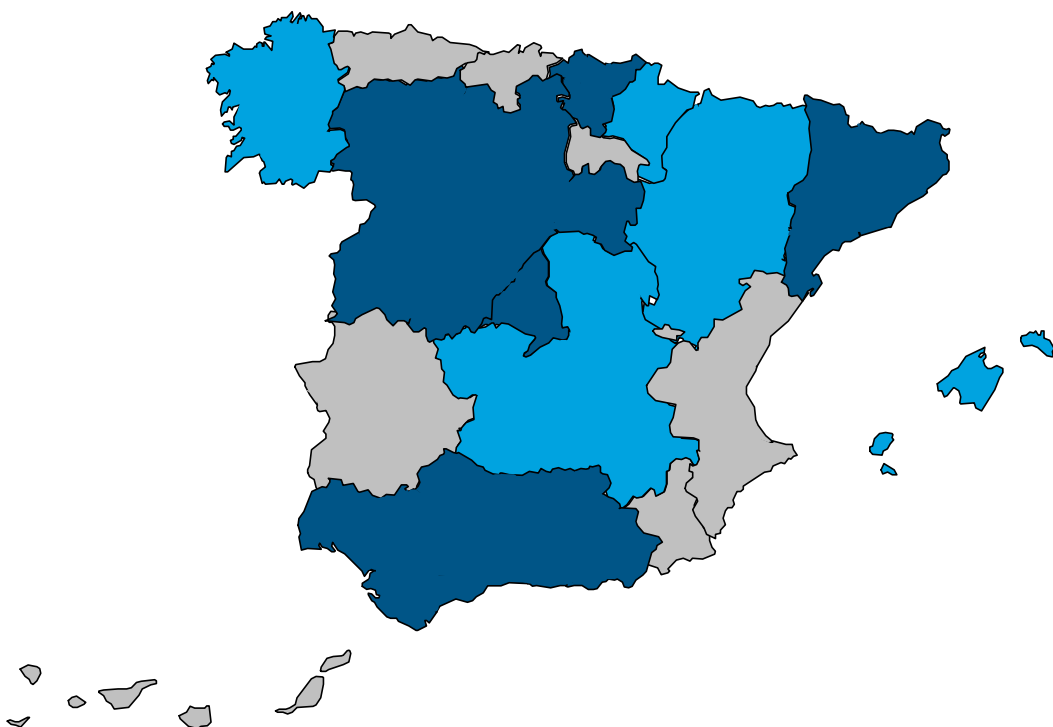


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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 Andalucía, Cataluña, 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, Baleares, 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 6.200 farmacias

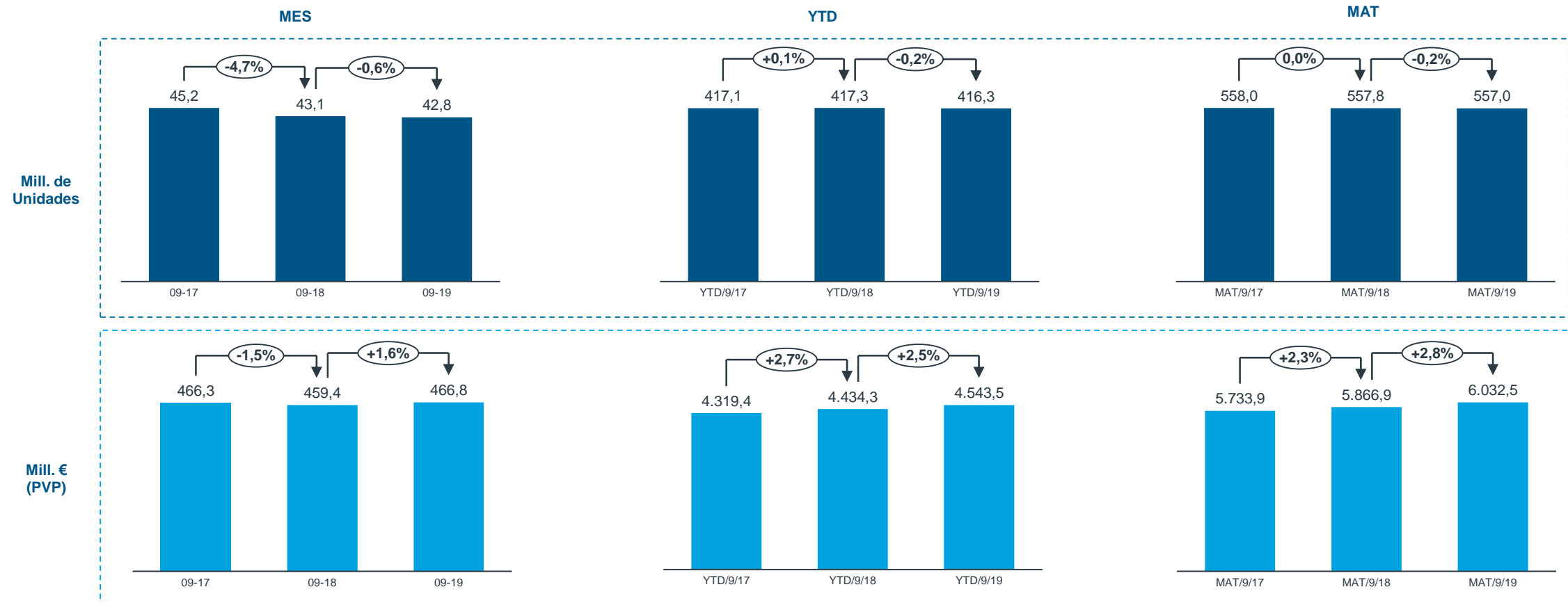
Índice

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

En el acumulado del año, Consumer Health muestra un leve decrecimiento en volumen (-0,2%) aunque acelera su crecimiento en valores (+2,8%)

El mes de septiembre sigue la misma tendencia que el acumulado, crece en valores aunque decrece en unidades vs el mismo mes del año anterior

Mercado de Consumer Health



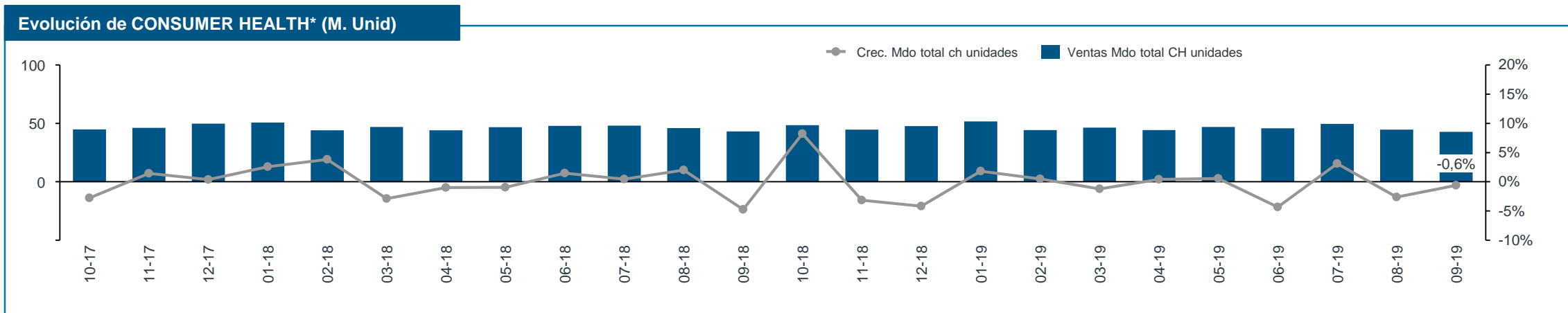
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de septiembre un +1,6% en valores y decrece un -0,6% en unidades

El mes de septiembre 2018 fue más bajo de lo habitual, con unos comportamientos negativos más acelerados en unidades que en valores



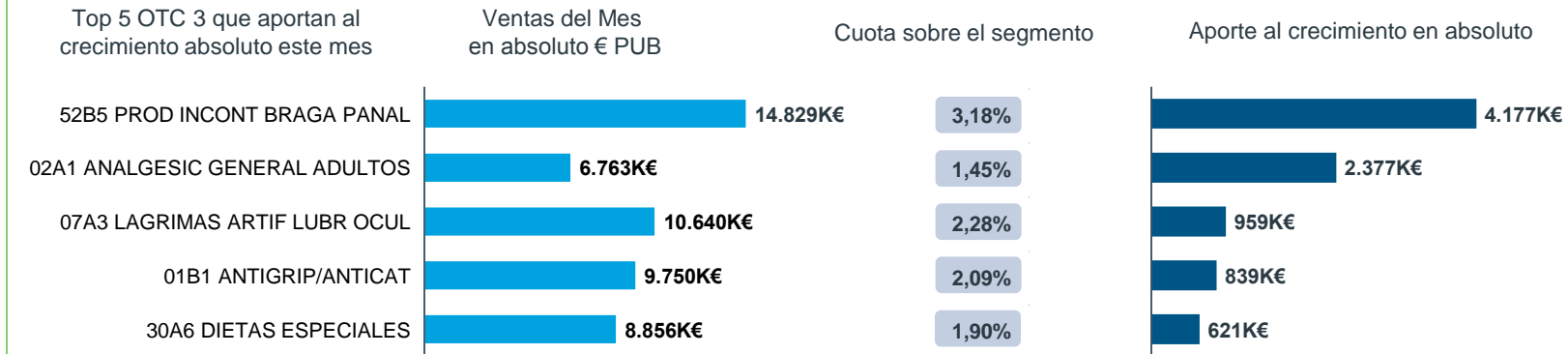
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de septiembre, observamos crecimientos en lágrimas artificiales y antigripales/anticatarrales tras los meses de verano

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

Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con más aporte al crecimiento es la clase de Braga-Pañal (+4,2M€), gracias a la financiación de esta clase.
- La segunda clase con mayor aporte al crecimiento es la de analgésicos generales de adultos (+2,4M€). Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espidol (8k€) y Gelocatil (5,6k€).
- Destacan en tercer lugar las **lágrimas artificiales**, aportando 9,6k€ al mercado. Los líderes en este mercado muestran crecimientos generalizados.

Clases con mayor decrecimiento este mes

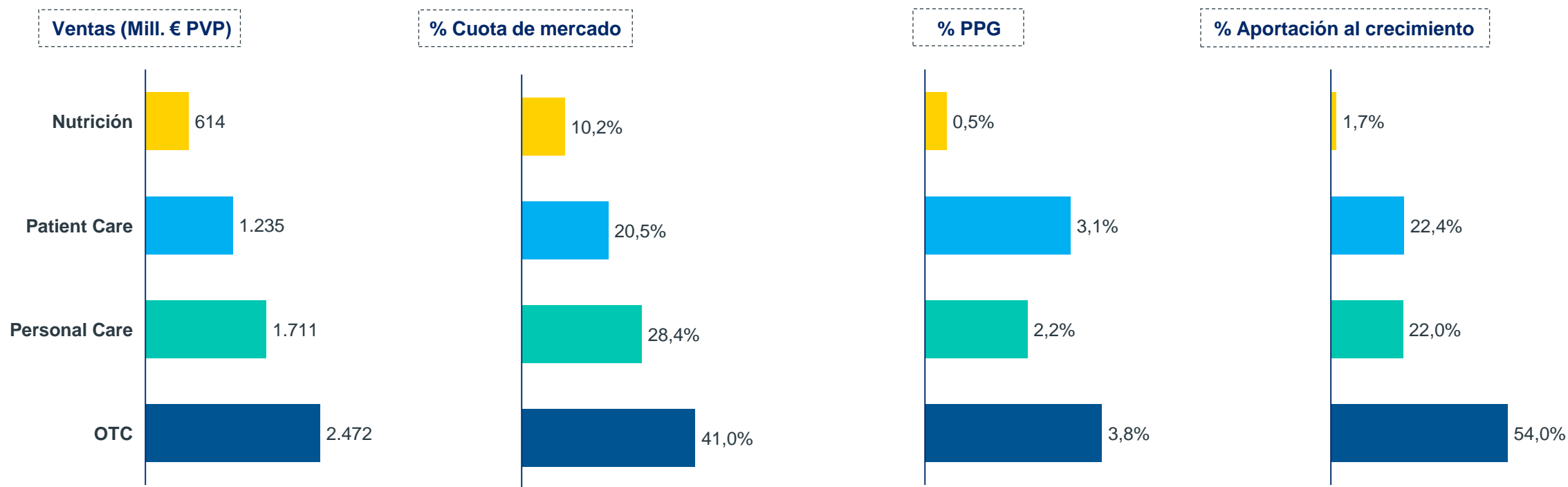


- Los **absorbentes anatómicos y los productos para incontinencia todo en uno** son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Conjuntamente, las dos clases de incontinencia decrecen más de **-2,1M€**. Estos productos se han visto sustituidos por la clase Braga-Pañal, gracias a la financiación de esta clase y a su comodidad de uso.

El 54% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

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

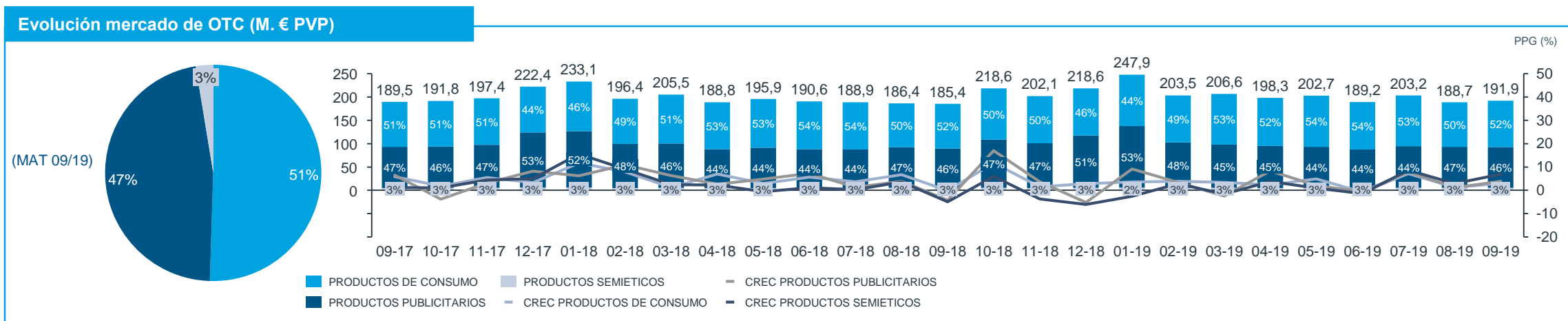
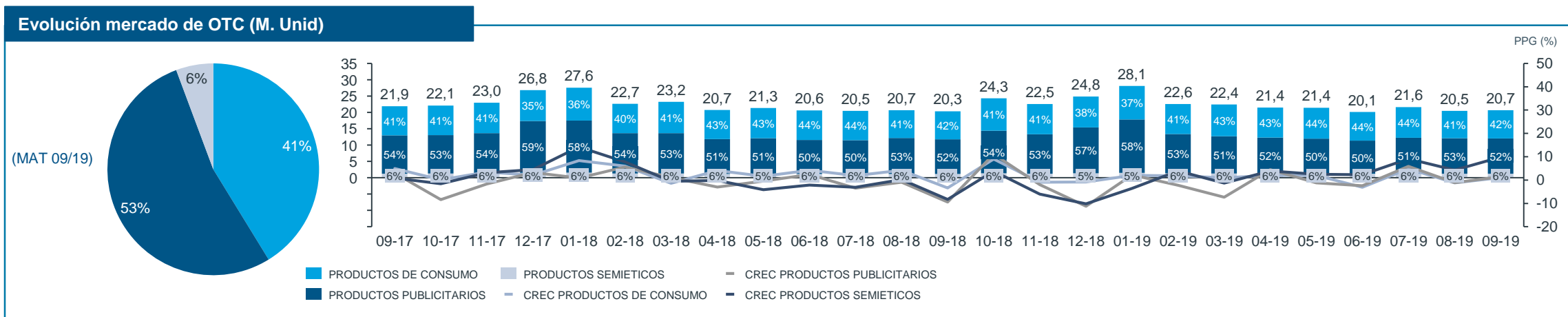
Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 09/2019)



Total mercado Consumer Health a MAT/9/19: 6.032 Mill. de € con un PPG del 2,8%

Dentro de OTC, los productos publicitarios son los que presentan un mayor crecimiento en valores (+3,8%) para el acumulado de los últimos 12 meses

Todos los subsegmentos OTC muestran una evolución positiva en valores para el mes de septiembre 2019



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

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

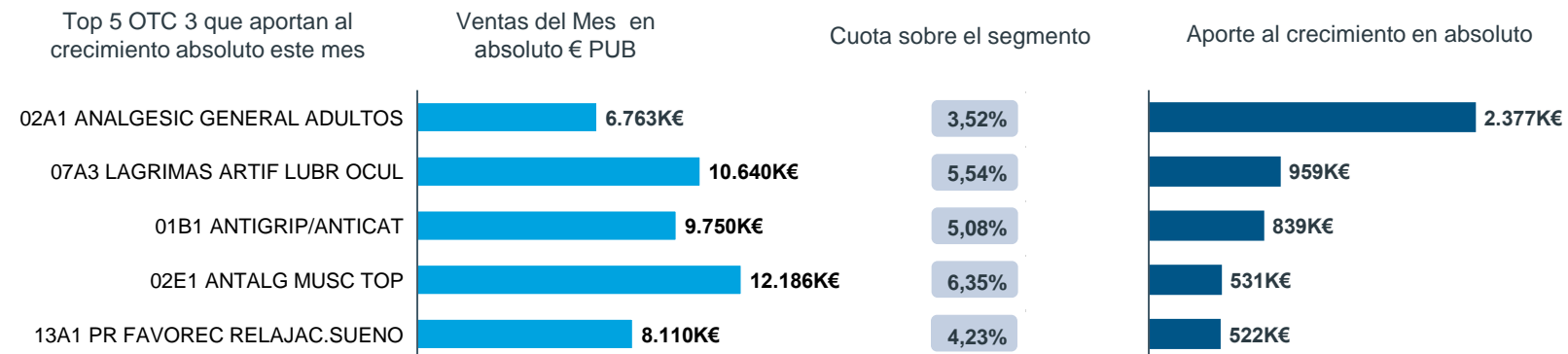
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

*Previous Period Growth

Los analgésicos generales para adultos aportan 2,4M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de septiembre

Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -1,4M€

Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase con mayor aporte al crecimiento este mes de septiembre sigue siendo la de **analgésicos generales para adultos (+2,3M€)**.
- Seguimos viendo crecimientos positivos en la clase de **Lágrimas artificiales y lubricantes oculares**. En esta clase, observamos que **2 de los top 3 productos crecen**.
- **Crece también la clase de antálgicos musculares tópicos** gracias al crecimiento de los líderes Fisiocrem y Voltadol, que juntos concentran más del 40% de cuota.

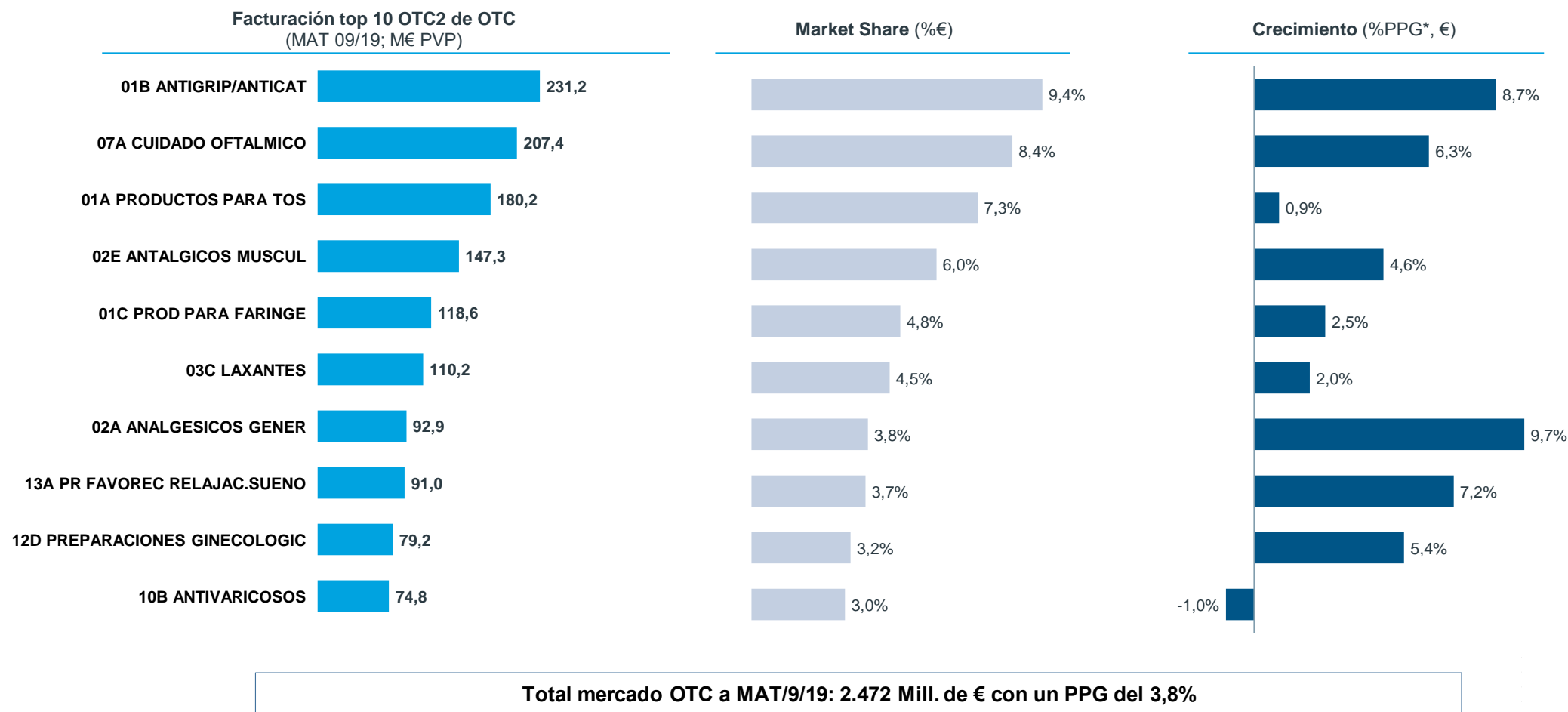
Clases con mayor decrecimiento este mes



- Aunque **las clases que más frenan el crecimiento este mes tienen poco peso**, observamos decrecimientos en productos para las articulaciones, productos para la tos productiva, antihistamínicos tópicos y antivariocosos.
- En productos sistémicos para las articulaciones, el Eaplus que combina colágeno +silicio + ácido hialurónico + magnesio es el único de los top 5 que crece.

En los últimos 12 meses, 9 de las top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los productos Antivaricosos los únicos que decrecen

Analgésicos generales y antrigripales/anticatarrales son los que presentan mejor evolutivo en el acumulado



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

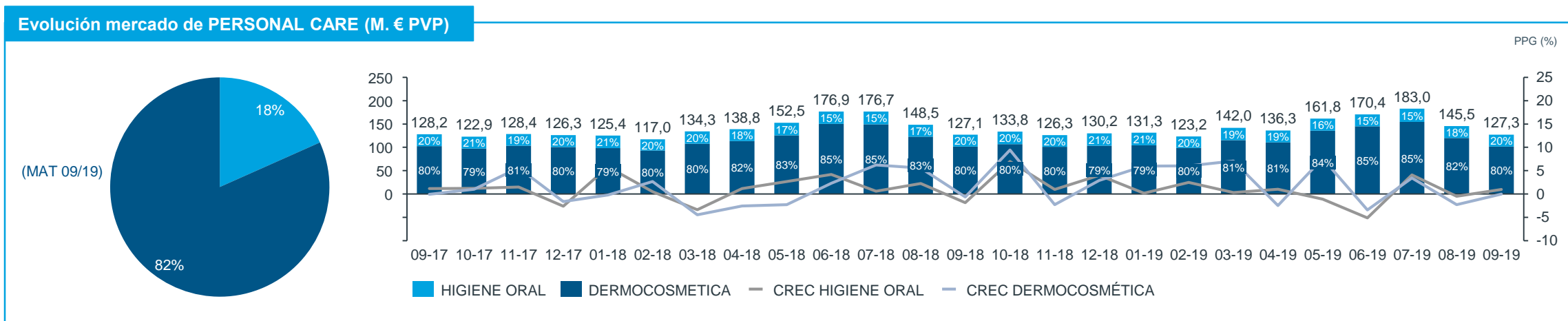
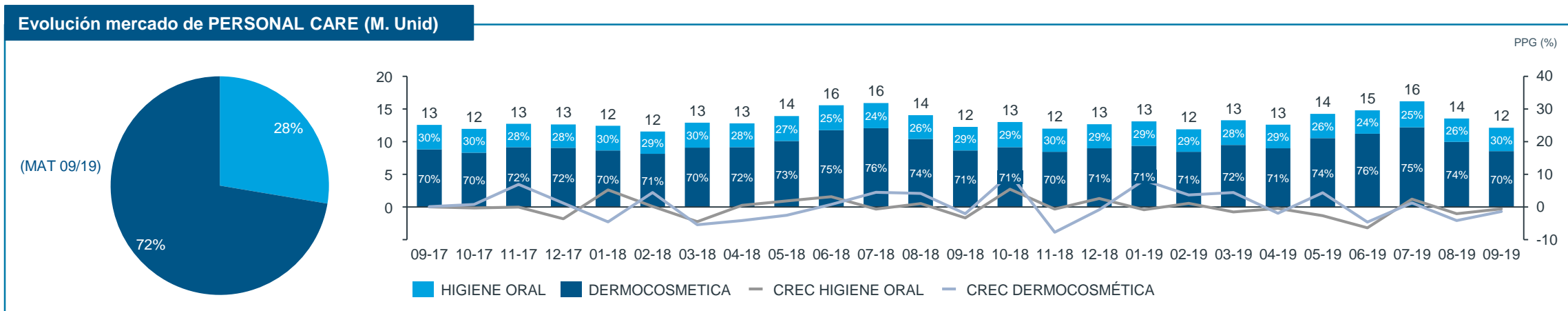
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

Cuidado Personal muestra una tendencia negativa en unidades para el mes de septiembre y presenta un ligero crecimiento en valores (+0,2%)

El segmento de higiene oral crece un +1% en valores frente al mismo periodo del año anterior y dermocosmética se mantiene plana



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

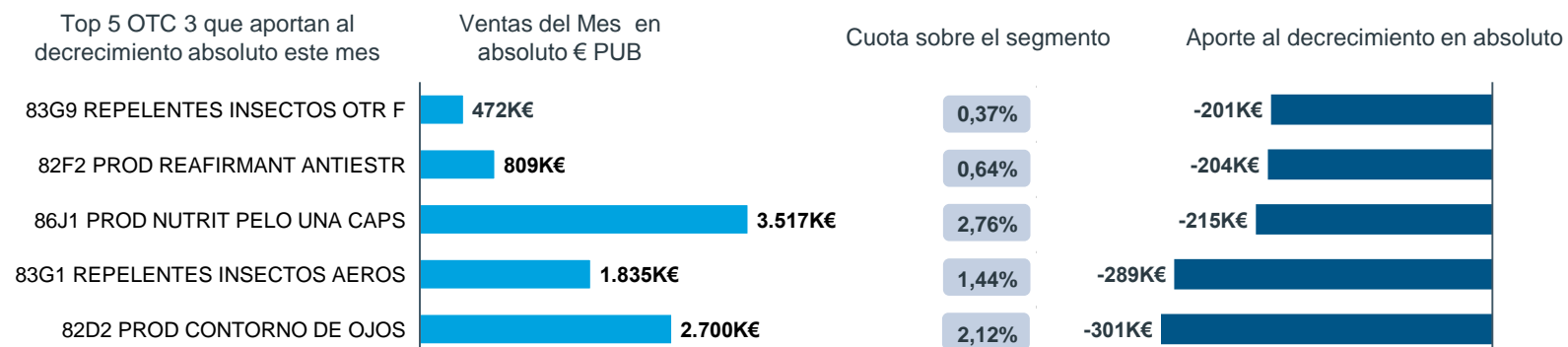
El segmento PEC muestra una tendencia casi plana en valores este mes (+0,2%, 201k€)

Clases con mayor crecimiento este mes



- En el mes de septiembre, **la clase que más aporta al crecimiento es la de revitalizadores de uñas**, que aunque tiene poco peso en el segmento, aporta 467k€ al crecimiento de PEC, destaca en esta clase el producto SI-Nails de Isdin.
- Crecen los productos para **el cuidado de labios** gracias al crecimiento generalizado de los top 5 líderes en este mercado.
- En la categoría **productos faciales antiedad y antiarrugas mujer**, Cantabria Labs, Dermofarm y Skinceuticals son los top 3 laboratorios en esta clase y todos crecen.

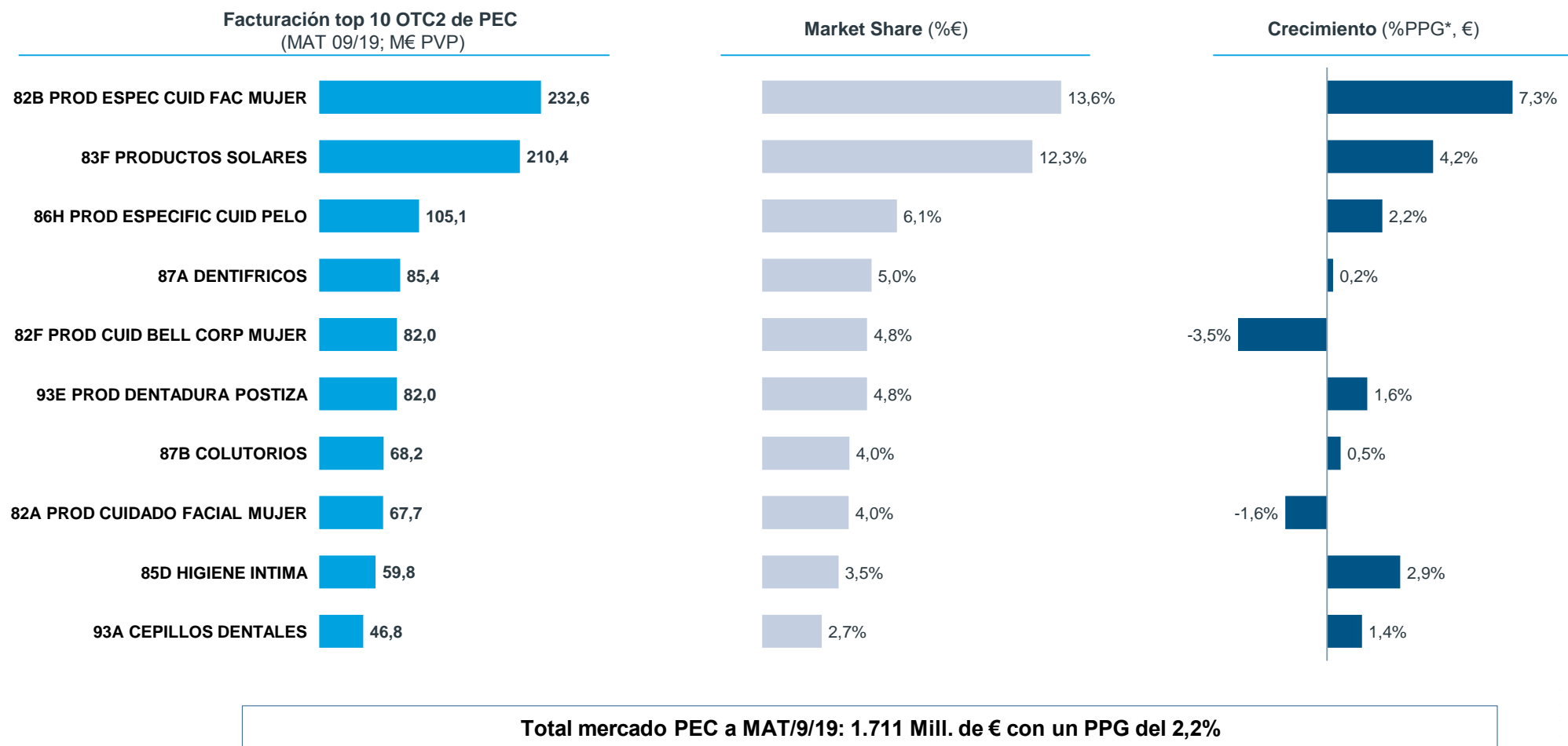
Clases con mayor decrecimiento este mes



- De las clases que **evolucionan negativamente** frenando más el crecimiento, encontramos los **contornos de ojos**. En esta clase, 3 de los top 5 players muestran tendencias negativas, siendo Vemedia Ph el que aporta más al decrecimiento.
- La segunda clase que más decrece en absoluto este mes de septiembre es la clase de **repelentes de insectos aéreos**, siguiendo la misma tendencia que el pasado mes de agosto.

En los 12 últimos meses, 8 del top 10 clases de PEC crecen, siendo los productos especiales cuidado facial mujer y solares los de mejor evolución

En la clase con mejor evolución destaca el comportamiento positivo de 4 de los top 5 players



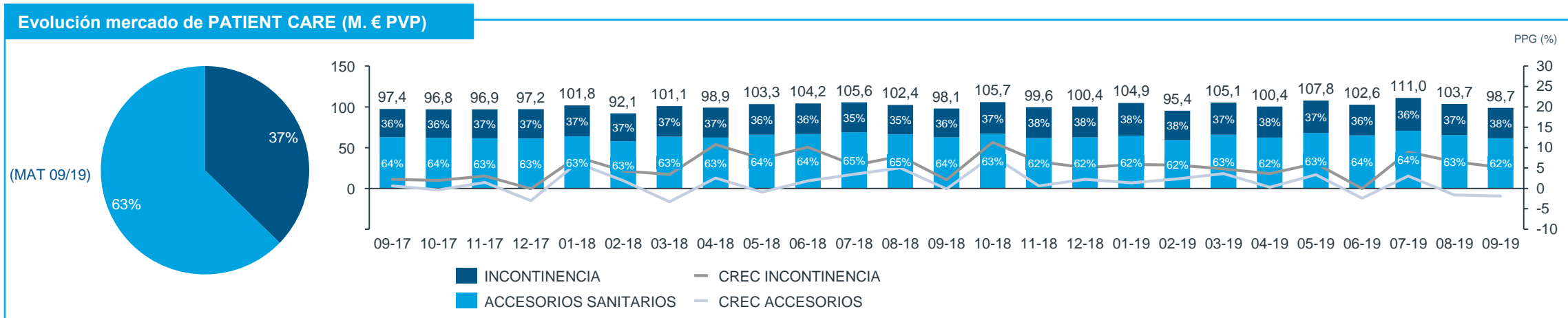
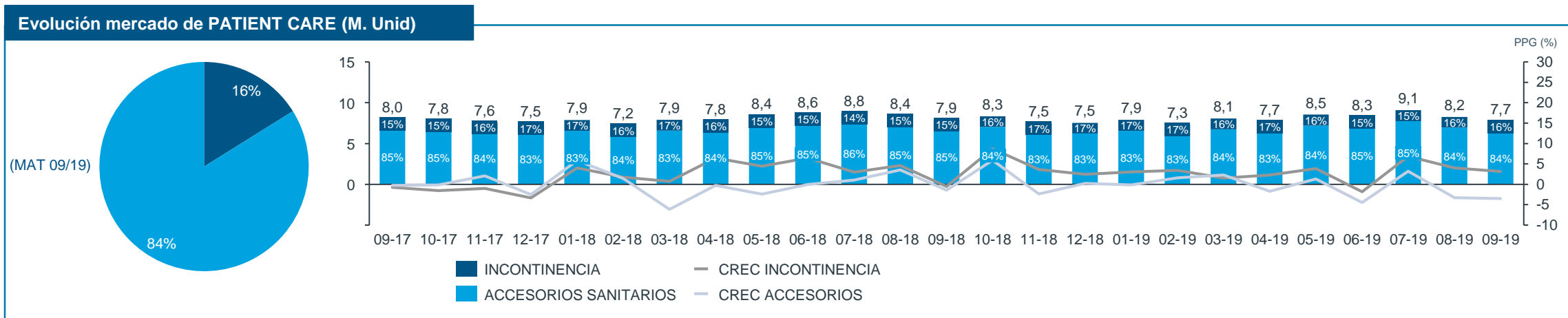
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

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



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En el mes de septiembre, 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 1,4M€, frenando el crecimiento de PEC

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	14.829K€	15,02%	4.177K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	3.413K€	3,46%	388K€
53A2 CATETERES USO INTERMITENT	2.129K€	2,16%	162K€
58D1 CALCETERIA ELAST VARICES	2.339K€	2,37%	159K€
40B5 APOSITOS ADHESIVOS	1.165K€	1,18%	159K€

- En septiembre, y siguiendo la misma tendencia que los últimos meses, la clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de **Braga Pañal**, creciendo **4,2M€**. 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 39,2%. Esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

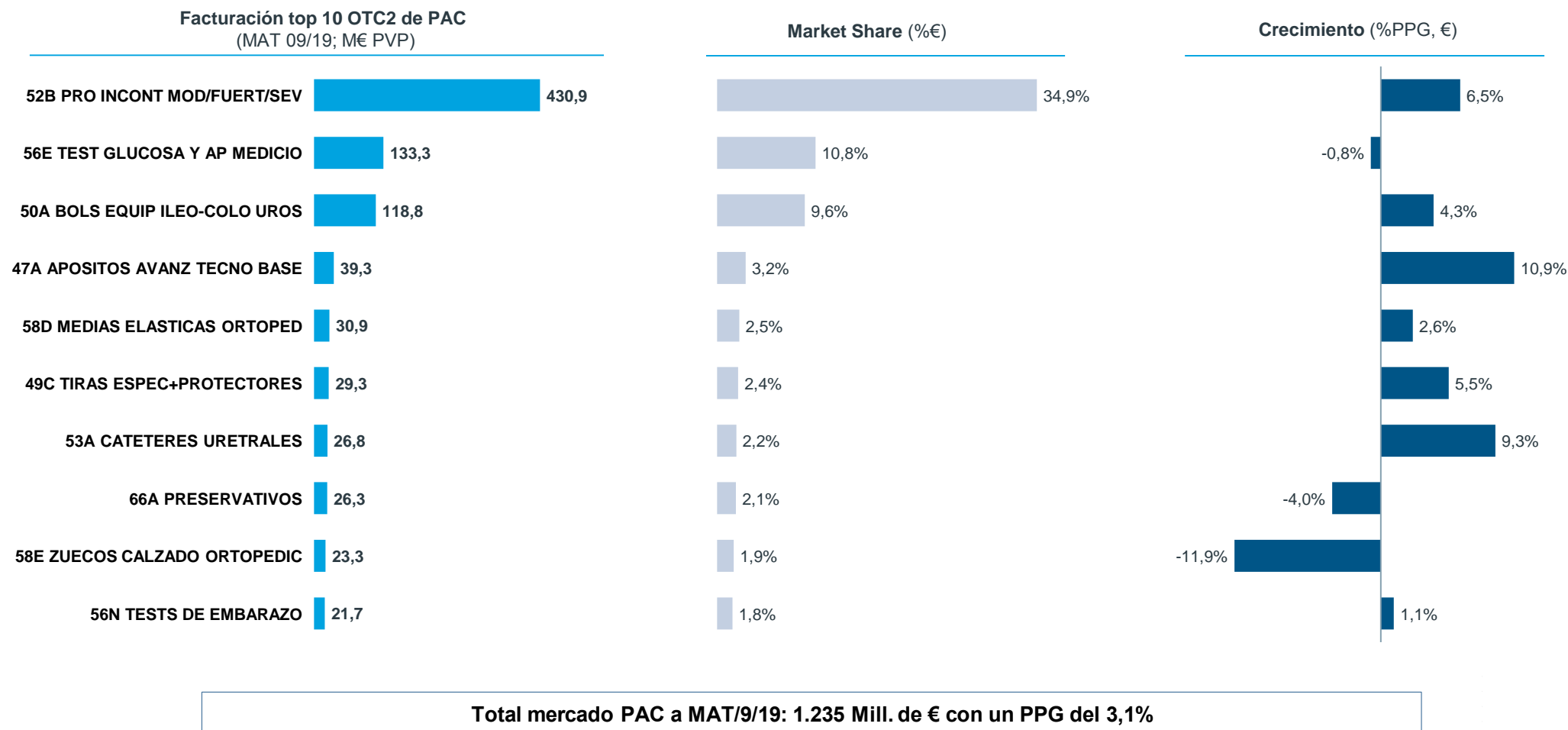
Clases con mayor decrecimiento este mes

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
50A5 BOLSAS/PAQUET ILEOSTOMIA	2.557K€	2,59%	-252K€
50A4 BOLSAS/PAQUET COLOSTOMIA	4.637K€	4,70%	-268K€
58E9 OTR ACCESOR CORRECT PIES	1.343K€	1,36%	-334K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	5.559K€	5,63%	-757K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	13.001K€	13,17%	-1.387K€

- Decrecen 1,4M€ 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 -12%, 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 (34,9%) y también la que más aporta al segmento (+26,1M€)

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



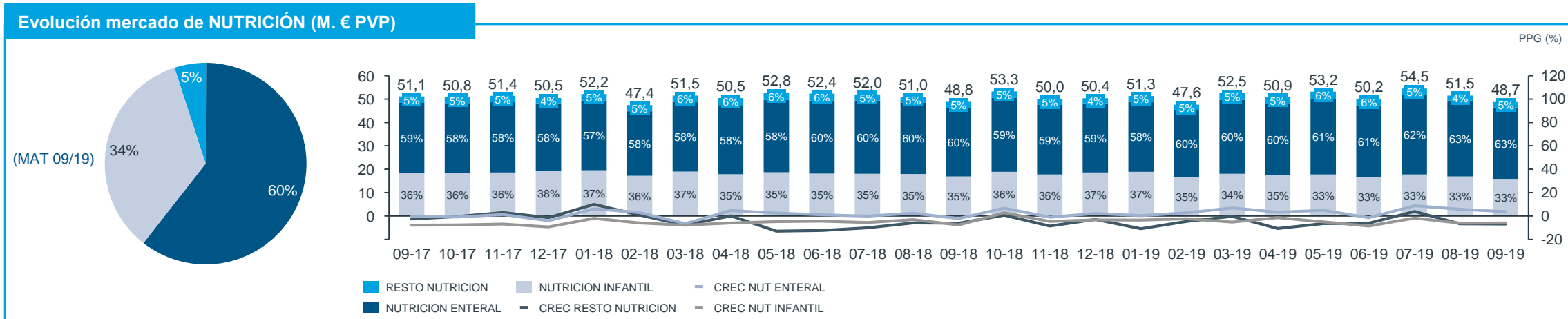
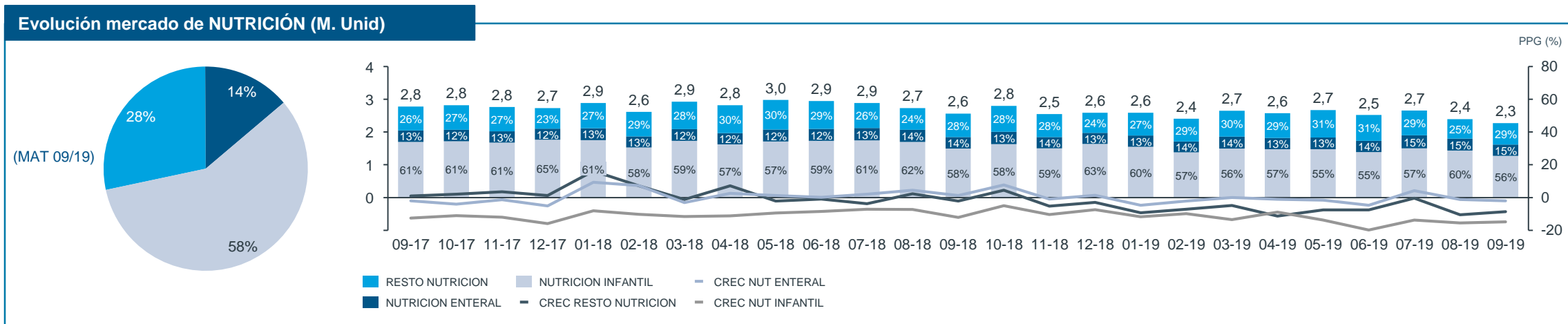
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

El mercado de nutrición en el último MAT se mantiene gracias al crecimiento de NUTEnteral que compensa la caída de NUTInfantil y resto de nutrición

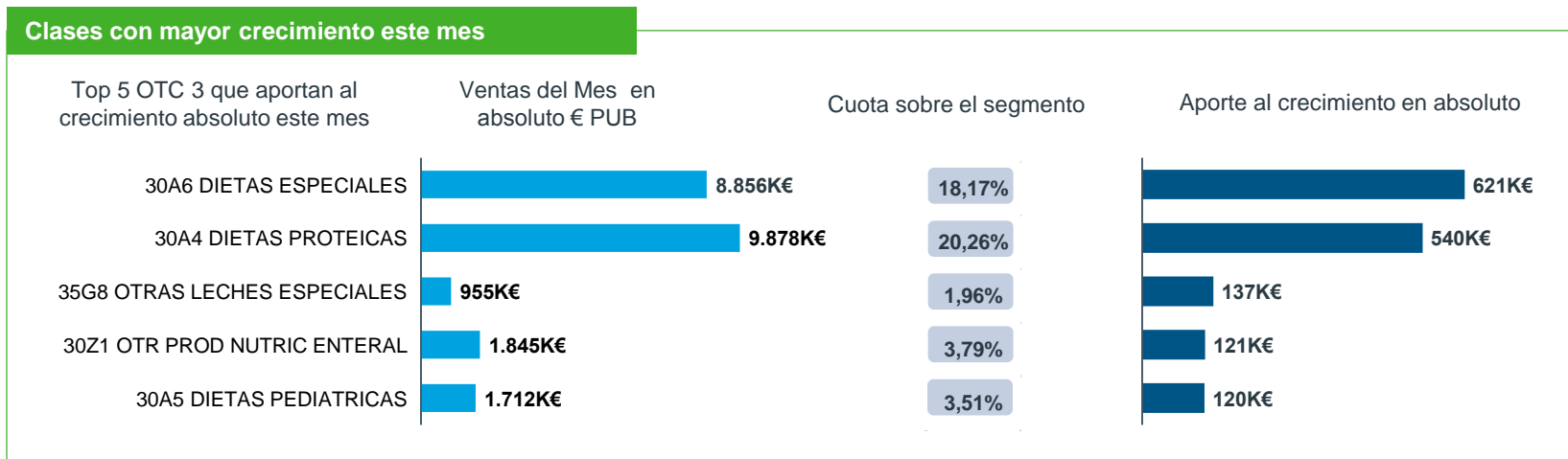
Siguiendo la misma tendencia que en el acumulado, en septiembre 2019 nutrición enteral crece un +3,7% mientras que nutrición infantil y resto nutrición decrecen un -6,0% y un -7,0% en valores respectivamente



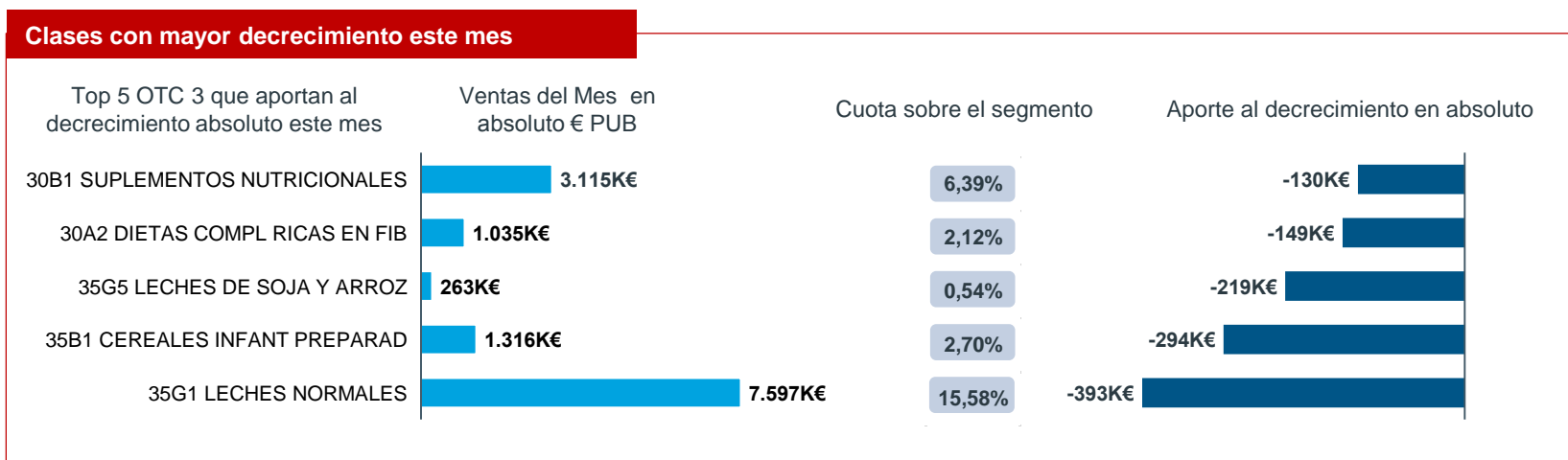
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En septiembre, 3 de las clases con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral

Decrecen los cereales y suplementos nutricionales, así como las leches normales, entre otras



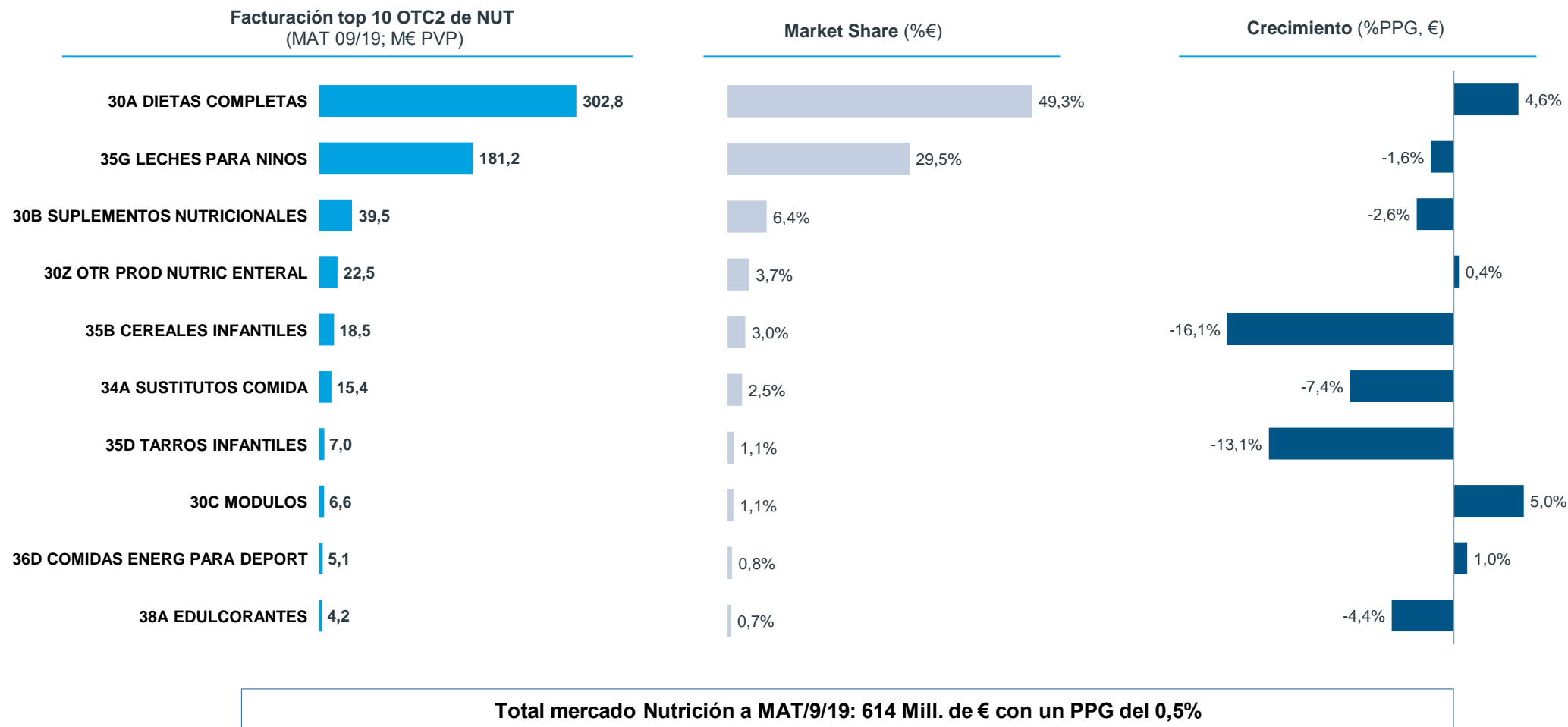
- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~1,2M€** en el mes de septiembre. En dietas especiales observamos un crecimiento generalizado en 4 de los top 5 players, y en dietas proteicas crecen los 5 líderes en el mercado.
- La tercera clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de otras leches especiales, en la que Mead Johnson, Ordesa, Nestlé HC y Nutricia, que son los principales players, muestran evoluciones positivas.



- En la clase de **Cereales infantiles** preparados vemos una **caída generalizada de los diferentes laboratorios**: Ordesa, Nestlé, Lactalis y Numil lo hacen a doble dígito.
- El mercado de **Leches normales** está muy concentrado y los top 5 laboratorios concentran más del 90% del mercado. **4 de los 5 players caen**, siendo Nestle el único que crece para este segmento.

El mercado de nutrición se mantiene plano, siendo la categoría de cereales infantiles la que más decrece (-16,1%, -3,5M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (49,3%) y mayor aporte (+13,4M)



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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 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**
 - + **Subastas Andalucía**

En Diciembre 2011, la Junta Andaluza aprobó el decreto que permitía convocar subastas para seleccionar proveedores dentro de una AH

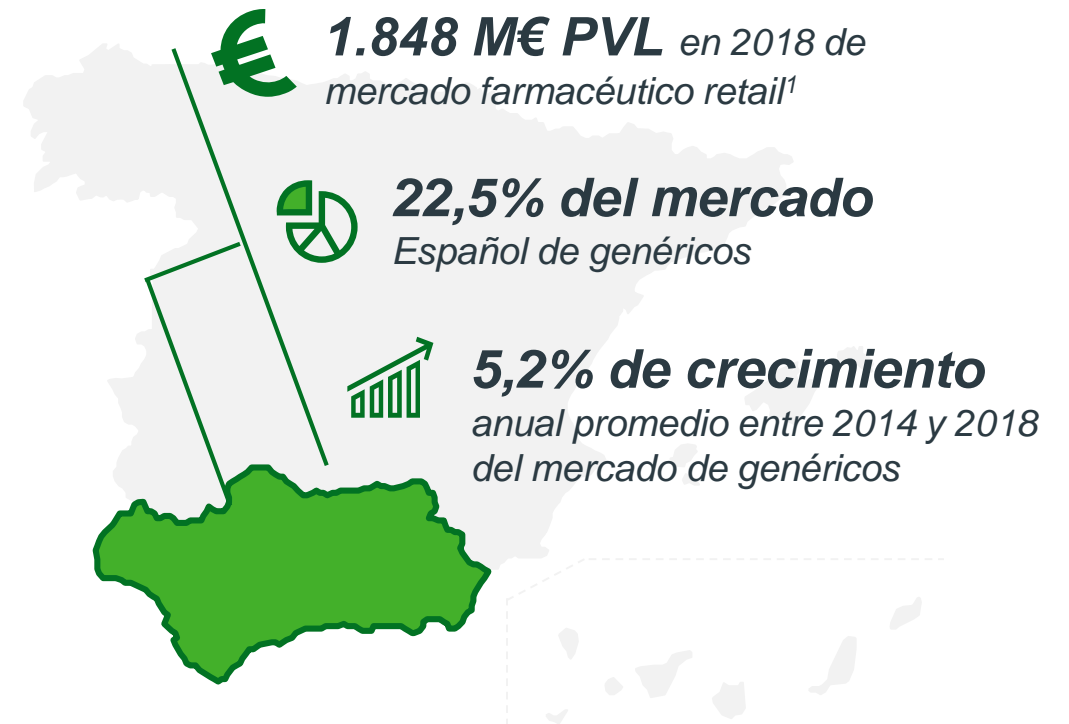
Andalucía concentra cerca de una cuarta parte del mercado de genéricos, principal segmento de mercado impactado por la medida



JUNTA DE ANDALUCIA

Diciembre'11: Se aprueba el decreto ley de Medidas Urgentes en Farmacia en Andalucía DL 03/2011:

1. La consejería puede convocar **subastas públicas para seleccionar el proveedor** (o proveedores) **dentro de una agrupación homogénea** que deberá ser dispensado por las oficinas de farmacia.
2. Se **seleccionará** el medicamento del laboratorio farmacéutico cuya **propuesta económica sea más beneficiosa para el Servicio Andaluz de Salud** (Mayor Δprecio autorizado-precio propuesto). Puede haber más de un adjudicatario y/o variar por provincias y la vigencia es de un máximo de 2 años.
3. La Junta los **compra al precio que marca el Ministerio** de Sanidad, pero **los laboratorios ingresarán** mensualmente en una cuenta de la Consejería de Hacienda **el importe de la mejora que han ofrecido** para ganar el concurso.
4. El **precio de venta al público no varía**, ni tampoco el margen legal que se llevan los farmacéuticos y las distribuidoras



(1): Sólo incluye medicamentos (prescripción, semiéticos y EFP)
AH: Agrupación Homogénea
Fuente: juntadeandalucia.es; NPACCAA (Venta Sell-out); Análisis IQVIA

Tras el cambio político en Andalucía, el gobierno regional declaró su intención de suprimir las subastas respetando la vigencia de las 4 adjudicadas

El 29 de Septiembre se liberó la dispensación de medicamentos de la primera de estas 4 subastas (la undécima)

El nuevo gobierno de Andalucía ha expresado su voluntad de suprimir el sistema de subastas en Andalucía...

Andalucía: Moreno Bonilla llega a la Presidencia con el compromiso de acabar con las subastas

En la votación celebrada durante la segunda jornada del Debate de Investidura, Juan Manuel Moreno Bonilla ha tenido 59 votos a favor y 50 en contra.

El consejero de Salud confirma que no habrá más subastas de medicamentos

Los laboratorios 'vuelven' a Andalucía tras terminar con las subastas de medicinas

...pero ha comunicado que se respetarán las subastas adjudicadas en vigencia (4 subastas → de la 11 a la 14)

Sólo un resquicio legal permitiría la supresión de las subastas sin esperar al fin de los convenios

Aguirre respetará los convenios de las decimocuartas subastas

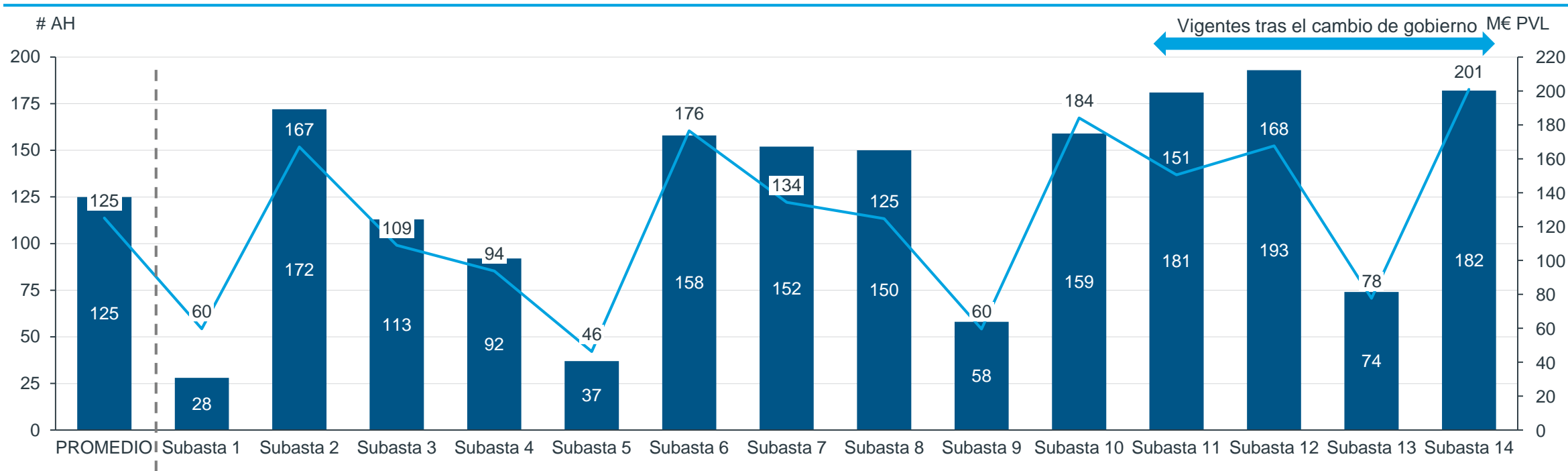
Las subastas en marcha continuarán hasta el fin de su vigencia, dice Aguirre

El 29 de Septiembre se liberó la dispensación de medicamentos de la primera de las 4 subastas vigentes tras la toma de posesión del nuevo gobierno (la undécima subasta a nivel global)

En cada una de las 14 subastas celebradas, se han adjudicado un promedio de 125 agrupaciones homogéneas con un valor de 125M€¹ PVL

El gobierno Andaluz ha decidido no renovar las adjudicaciones de las subastas 11 a 14, actualizaciones de subastas previas vigentes cuando el nuevo gobierno tomó posesión

Agrupaciones Homogéneas (AH) adjudicadas en cada subasta y valor¹ de las AH adjudicadas (M€ PVL 2018)



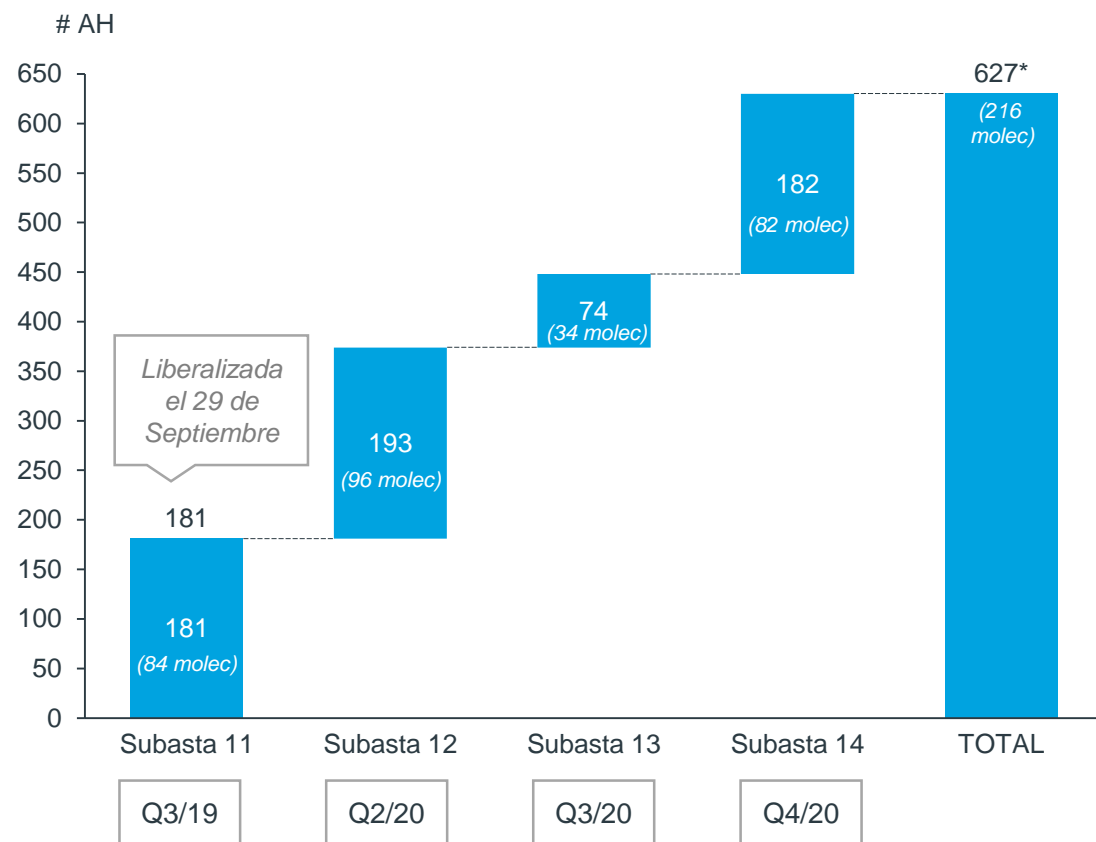
- **A partir de la 5ª subasta** una parte relevante de las adjudicaciones, corresponden a **actualizaciones** de agrupaciones homogéneas (AH) adjudicadas en el pasado.
- Las subastas **relacionadas** respecto a AH adjudicadas son la siguientes:
 - A) 1 – 5 – 9 – 13.
 - B) 2 – 6 – 10 – 14.
 - C) 3 – 7 – 11.
 - D) 4 – 8 – 12.

(1): Según su facturación en 2018 en Andalucía
 Nota: considera las adjudicaciones publicadas por la Junta, no considera renunciaciones posteriores de los laboratorios
 Fuente: juntadeandalucia.es; Análisis IQVIA

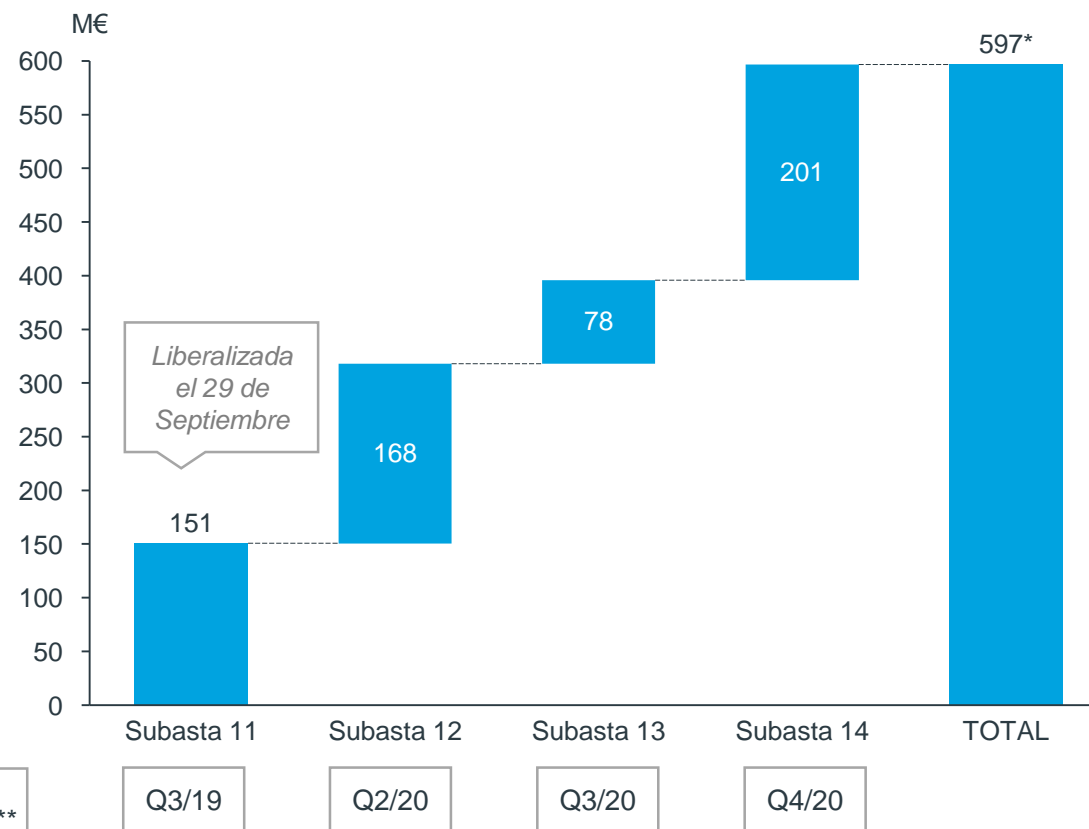
Centrándonos en las 4 últimas subastas, éstas han adjudicado más de 600 AH con un valor total de cerca de 600M€ PVL (marcas y genéricos)

Entre 2019 y 2020 esta porción del mercado se volverá a abrir a todos los competidores dentro de las distintas agrupaciones homogéneas

Agrupaciones Homogéneas (AH) adjudicadas en las subastas vigentes



Valor total de las Agrupaciones Homogéneas (AH) adjudicadas en las subastas vigentes (M€ PVL de 2018)



*En la subasta 14 se adjudicó una AH ya adjudicada en la subasta 13 (valor de 140k€) y dos AH ya adjudicadas en la subasta 11 (valor de 5k€) por lo que el número total de AH adjudicadas es de 627 y no 630 correspondiente a la suma de las 4 subastas

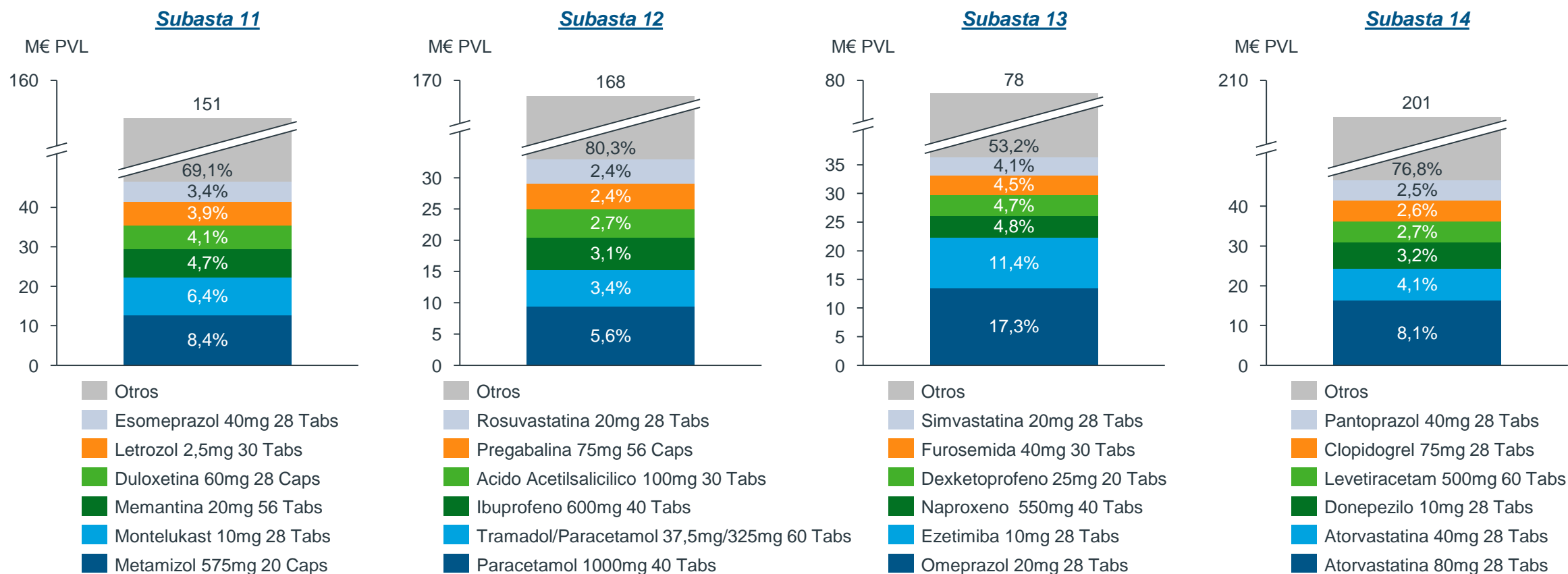
** Estimación Nota: el valor total de las agrupaciones homogéneas adjudicadas incluye tanto genéricos como marcas

Fuente: juntadeandalucia.es; NPACCAA (Venta Sell-out); Análisis IQVIA

Las agrupaciones de mayor facturación adjudicadas incluyen moléculas como el metamizol, el paracetamol, el omeprazol o la atorvastatina entre otras

No obstante, las ventas adjudicadas en subasta están muy atomizadas entre las distintas agrupaciones homogéneas licitadas

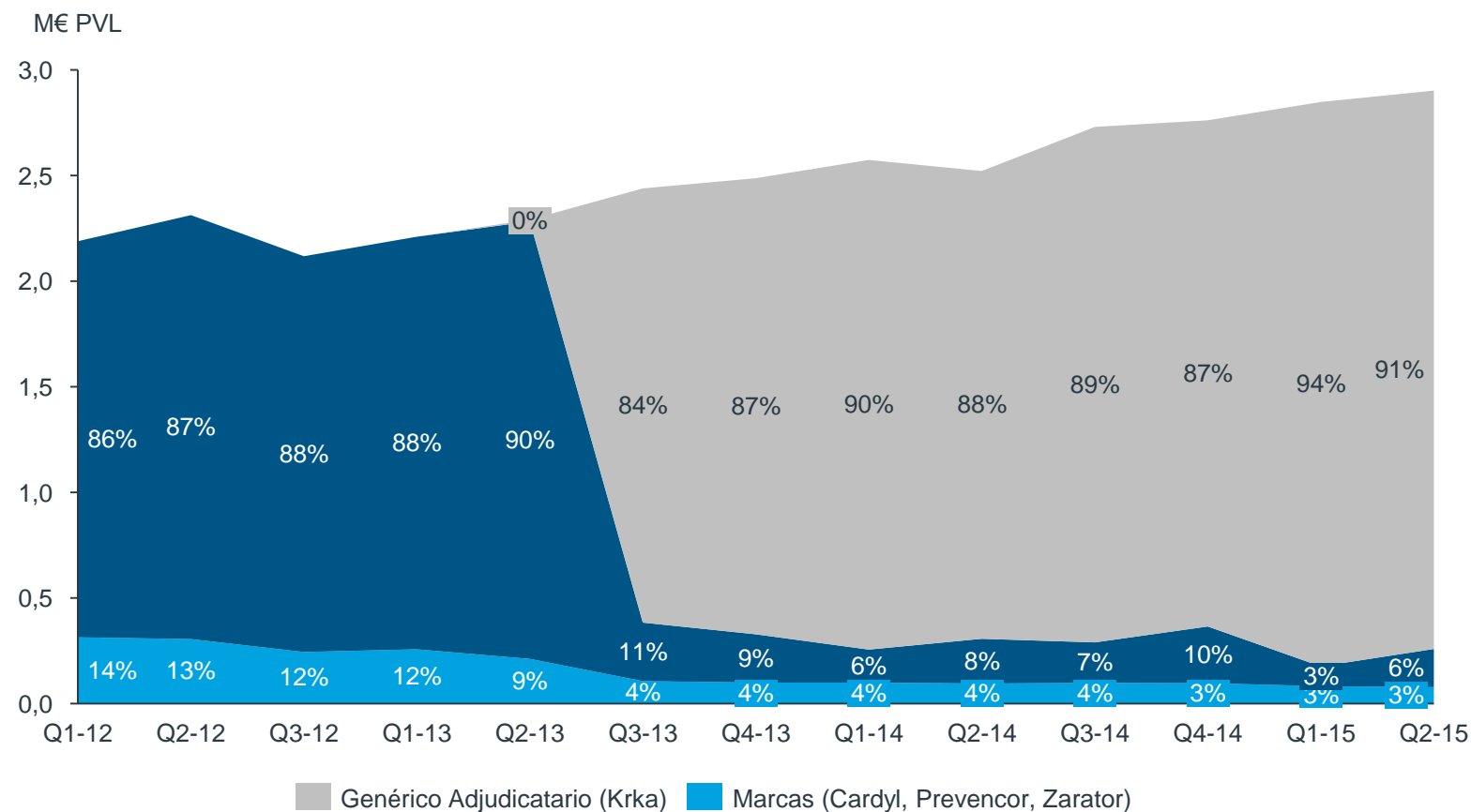
Principales Agrupaciones Homogéneas (AH) adjudicadas en las subastas vigentes por ventas de la AH en Andalucía (M€ PVL en 2018)



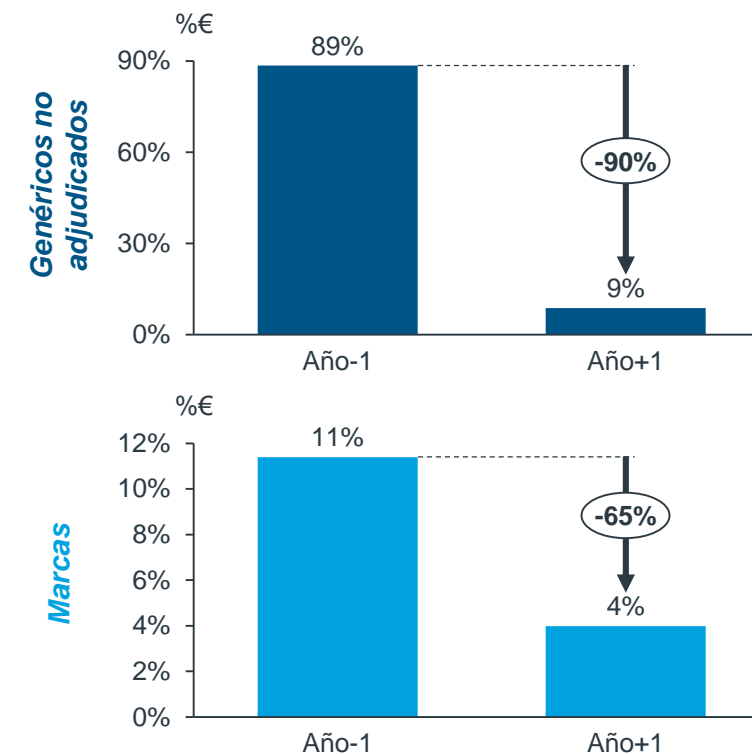
La adjudicación de una agrupación homogénea a un único proveedor ha impactado a genéricos y también, aunque en menor medida, a marcas

Ejemplo ilustrativo: evolución de ventas de Atorvastatina 80mg

Evolución de ventas trimestral de la AH 307- Atorvastatina 80mg 28 comprimidos en Andalucía (M€)



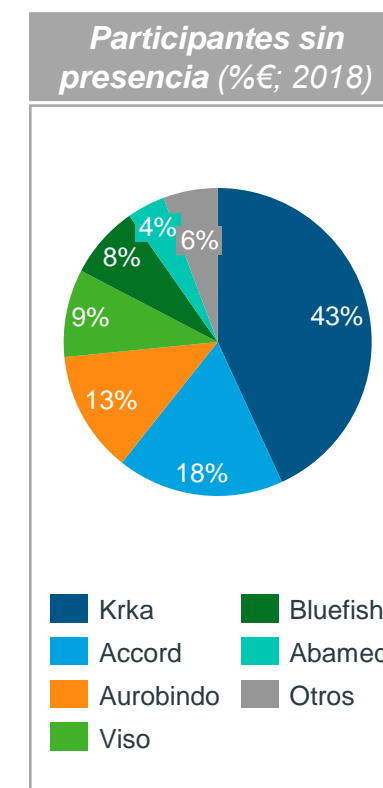
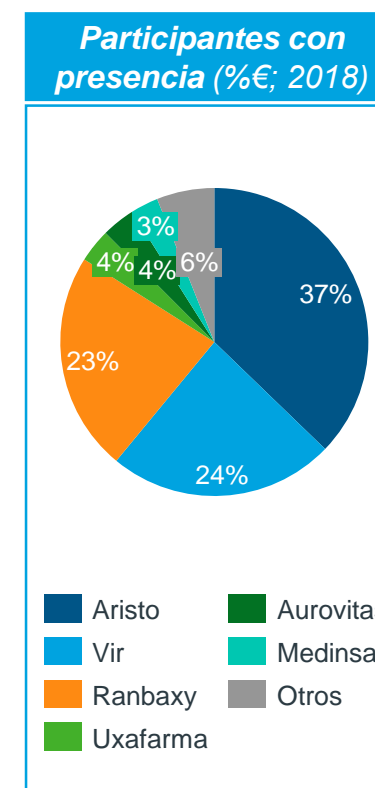
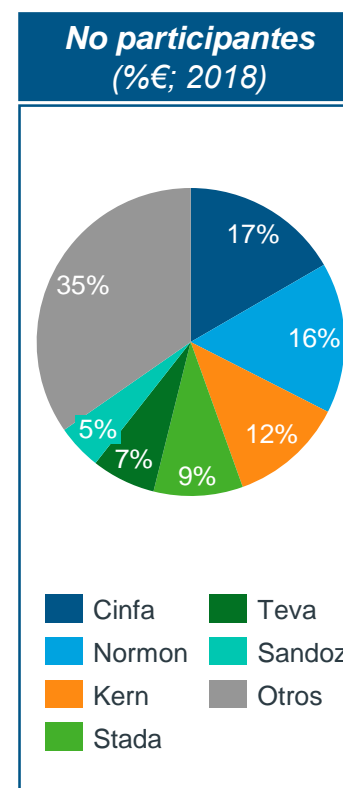
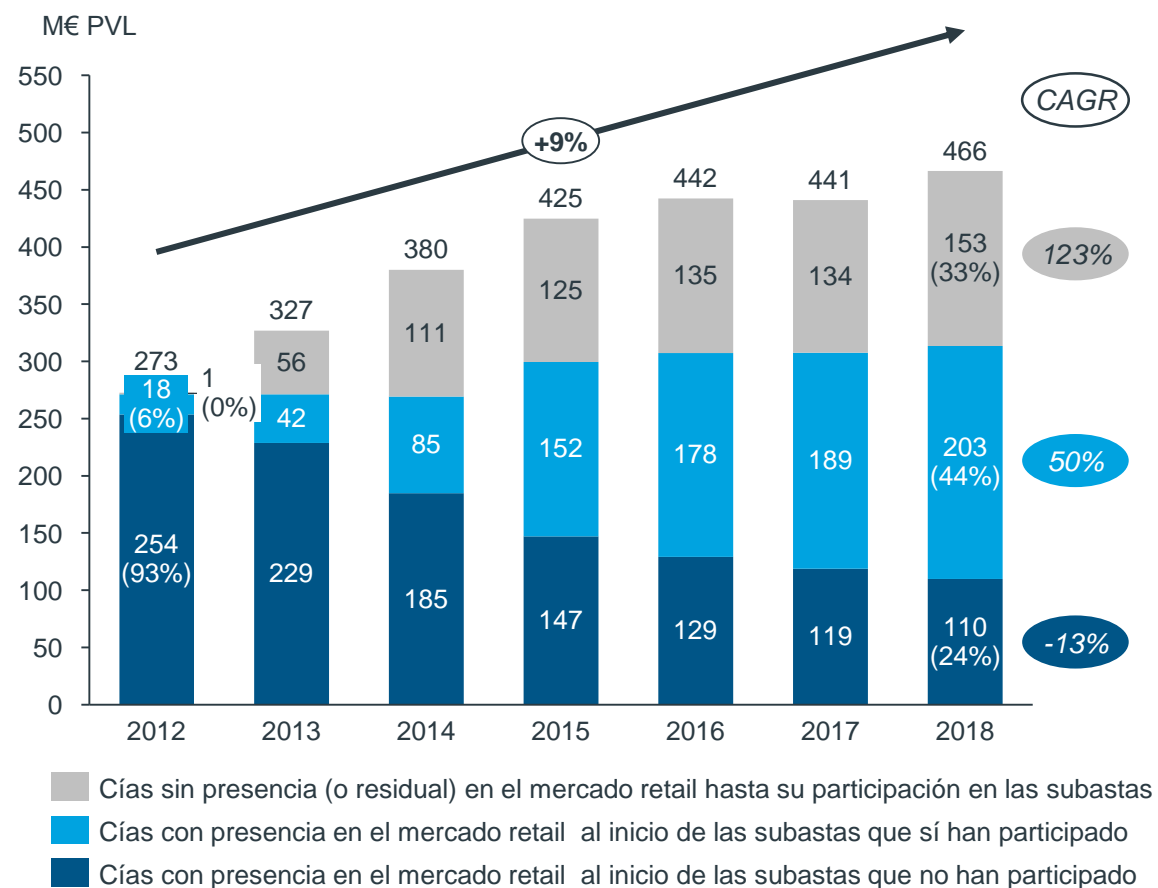
Cuota de mercado pre vs post subasta



Las compañías que no se han presentado a las subastas han pasado a concentrar de un 93% a un 24% del mercado de genéricos en Andalucía

Compañías como Krka, Accord, Aurbindo o Viso, que no contaban con presencia (o era residual) en el mercado retail concentran en el último año un 33% del mercado de genéricos

Evolución de las ventas del mercado de genéricos en Andalucía por tipo de compañía según su participación en las subastas



A pesar de que las subastas andaluzas se han suprimido, es necesario realizar un seguimiento de las potenciales medidas remitidas a la Comisión Europea...

...que incluyen tanto medidas continuistas como nuevas con el objetivo de contener el gasto en Sanidad, algunas de las cuales ya había propuesto la AIReF



Medidas continuistas

- Precios de referencia
- Criterios de coste-efectividad en financiación de medicamentos
- Acuerdos de sostenibilidad adicionales a la financiación (techos de gasto y coste máximo por paciente)
- Principio de eficiencia en la prescripción
- Mejora de sistemas de información
- Convenio con FarmaIndustria

Propuestas AIReF

- **Subastas de medicamentos a nivel nacional**
- Revisión de la estructura de la CIPM
- Mejores protocolos de tutela y control de la prescripción

Medidas nuevas (desde junio 2018)

- Medición de resultados en salud: Valtermed
- Métodos de evaluación farma-económica y su incorporación a los IPT
- Incremento de la transparencia en la información del gasto
- Revisiones de oficio de los precios de los medicamentos de dispensación en farmacia
- Modificación del Sistema de Precio de Referencia
- Prescripción por principio activo
- Revisión del sistema de copago
- Medidas para fomentar la competencia en el sector
- Fomento de medicamentos reguladores del mercado (genéricos y biosimilares)

! No se dispone del mismo nivel de información de todas las medidas, y muchas parten de borradores aún en desarrollo, con lo que algunas de ellas podrían no llevarse a cabo

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de septiembre 2019

Octubre 2019